

# SPECIÁL

# ČERPAČKA

# PODZIM 2023

DISTRIBUCE NA  
**3 800**  
ČERPAČÍCH  
STANIC

Vychází jako příloha časopisu Zboží&Prodej od roku 2015. > [www.cerpacka.cz](http://www.cerpacka.cz)

## Z obsahu...

08 **Impulz zvyšuje ziskovost**











15 **Vyplatí se reflektovat nejnovější trendy**

18 **Elektromobilita nabírá na rychlosti**

23 **Ve zkratce: 11. kongres Čerpačka**

## NOVÁ GENERACE pokladních a informačních systémů

# OctoPOS 3

-  Vhodné pro malé, střední i velké provozy
-  Centralizace dat z více provozů v ceně licence
-  Žádné skryté licenční poplatky – řešení na platformě Linux
-  Stabilní, bezpečné a provozně odolné řešení vhodné pro provoz 24/7
-  Vhodné pro prodej libovolného zboží a služeb včetně řízení čerpačic stanic
-  Obchodní a provozní reporty v reálném čase
-  Nonstop servis 24/7
-  Možnost kombinování různých provozů
-  Plně grafické rozhraní optimalizované pro dotykové obrazovky (včetně tabletu)
-  Vzdálený přístup přes web – řiďte svůj obchod odkudkoliv
-  Možnost přenosu dat do účetních a BI systémů (např. POHODA, AG DATA atd..)

 [www.octo-technology.cz](http://www.octo-technology.cz)

 +420 727 844 251

 **OCTO**  
technology



**Nejlepší čas na výměnu pokladního systému přichází právě teď! OctoPOS3, novinka na trhu pokladních systémů pro čerpačic stanic.**



kompatibilní s aplikací OctoMOBIL pro management čerpačic stanic v mobilu



kompatibilní s tankovacími automaty OctoMAT 3  
6 variant na míru vašim potřebám pro bezobslužný provoz 24/7

**Využijte naplno váš prodejní potenciál s ostatními produkty z řady**

 **OCTO** ONE



# SLEDUJTE DĚNÍ NA ČERPACÍCH STANICÍCH PO CELÝ ROK

ZPRAVODAJSKÝ WEB  
[WWW.CERPACKA.CZ](http://WWW.CERPACKA.CZ)

MĚSÍČNÍ NEWSLETTER  
ČERPAČKA NEWS

STRÁNKA NA FACEBOOKU  
[WWW.FACEBOOK.COM/CERPACKA](http://WWW.FACEBOOK.COM/CERPACKA)



## KONGRES ČERPAČKA

26. 9. 2024 AQUAPALACE HOTEL PRAGUE

Jednou ročně probíhá celodenní kongres, který řeší aktuální témata trhu. Jeho cílem je informovat a inspirovat provozovatele benzinek, aby obstáli v konkurenčním boji a zvýšili své tržby.

- 250 ÚČASTNÍKŮ
- 70 % ZÁSTUPCŮ ČERPACÍCH STANIC A CENTRÁL JEJICH SÍTÍ
- 96 DOSAVADNÍCH PARTNERŮ

ZAPIŠTE SI  
DO DIÁŘE!



## SPECIÁL ČERPAČKA 2x ROČNĚ

Mapuje pohyby na trhu čerpacích stanic, přináší nejnovější trendy v chování spotřebitelů, v kategoriích prodávávaného zboží či vybavení čerpacích stanic.

- NÁKLAD 4 600 VÝTIŠKŮ
- VYCHÁZÍ NA JAŘE A NA PODZIM
- AKTUÁLNÍ TÉMATA, INFORMACE O KONGRESU

Chcete do e-mailu dostávat pozvánky na kongres a měsíční newsletter o dění na trhu čerpacích stanic?  
Registrujte se na: [www.atozregistrace.cz/cerpacka](http://www.atozregistrace.cz/cerpacka)

### KONTAKTY:



REDAKČNÍ SPOLUPRÁCE:

Jitka Hemolová  
tel.: +420 777 334 277  
e-mail: [jitka.hemolova@atoz.cz](mailto:jitka.hemolova@atoz.cz)



INZERCE, PARTNERSTVÍ KONGRESU:

Pavel Kotrbáček  
tel.: +420 605 296 739  
e-mail: [pavel.kotrbacek@atoz.cz](mailto:pavel.kotrbacek@atoz.cz)



PROGRAM KONGRESU:

Jana Lysáková  
tel.: +420 733 559 495  
e-mail: [jana.lysakova@atoz.cz](mailto:jana.lysakova@atoz.cz)



## UNIVERZÁLNÍ KLÍČ: ZÁKAZNÍK

### OBSAH

- 04 Na trhu zůstane jediná Benzina
- 06 Ozdravný balíček 2023 ovlivní i provozování čerpacích stanic
- 08 Impulz zvyšuje ziskovost
- 10 Nealko osvěží i přiláka

**Z**měna je život. Z trhu sice pozvolna zmizí značka Benzina (až na jedinou čerpací stanic v Litvínově), na kterou byli zákazníci více než 60 let zvyklí. Není to ale krok zpět. Trh, služby a produkty řídí **potřeby zákazníků**. A ty jsou jediným a univerzálním klíčem, kterému má smysl věnovat vaši podnikatelskou energii.

Zákazníkem nemusí být jen řidič automobilu, ale třeba cyklista. Proč mu nenabídnout **inovativní služby**? Přesně tak, jako to udělala společnost Orlen Benzina ČR, když nabídla zákazníkům ve více než třiceti turisticky atraktivních lokalitách servisní stojany pro kola a na vybraných místech i nabíjecí stanice pro elektrokola. A jak se dozvíte z rozhovoru s Vladimírem Dočekalem na straně 4, ředitelem sítě čerpacích stanic Orlen Benzina, byl to nápad českého týmu, od něž se teď budou pravděpodobně inspirovat i kolegové ve všech zemích, kde skupina Orlen působí.

Vnímejte potřeby svých zákazníků, byť jsou mnohdy vrtkavé. Stále platí a platit

- > **Potřeby zákazníků**
- > **Inovativní služby**
- > **Cesta k energii**

bude, že u vás na čerpací stanic budou lidé hledat především **cestu k energii**. Ať už bude z fosilních zdrojů (a ta bude ještě dlouhá léta převažovat nad ostatními alternativami), elektrická či vodíková, syntetická či úplně jiná. Energii musíte promítnout také do kvalitního občerstvení a čerstvé hraje prim. Vsadila na to síť čerpacích stanic OMV, která otevřela minimarkety Viva Billa. Funguje to v Česku u Shellu (Billa stop & shop), funguje to u OMV na Slovensku (Viva Billa) a funguje to i jinde v zahraničí. Tenhle koncept bude určitě úspěšný. Od začátku do konce se totiž soustředí na uspokojení potřeb zákazníků.

- 12 Pomozte řidičům snadněji překonat chladné měsíce
- 15 Vyplatí se reflektovat nejnovější trendy
- 18 Elektromobilita nabírá na rychlosti
- 20 Plná digitalizace dat přináší jasné výhody

- 23 **VE ZKRATCE:**  
11. KONGRES ČERPAČKA
- 24 Fotoreportáž
- 25 Sázka na gastro provoz se vyplatí
- 28 Samoška a restaurace: je čím zaujmout

## SPECIÁL ČERPAČKA

Vychází jako speciál časopisu Zboží&Prodej.

**Vydává:**  
ATOZ Marketing Services, spol. s r. o.  
Holečkova 29, 150 00 Praha 5  
IČ: 48117706  
Tel.: +420 606 023 052  
www.atoz.cz, www.zboziaprodej.cz  
Vzor e-mailu: jmeno.prijmeni@atoz.cz

**Vydavatel a jednatel:**  
Jeffrey Osterroth

**Retail group manager:**  
Jana Lysáková

**Šéfredaktor:**  
Petr Hříbal

**Redakce:**  
Pavel Gregor  
Jitka Hemolová

**Korektury:**  
Lukáš Přeček

**Layout a design:**  
Christian Beraud-Letz  
Bruno Marquette

**Fotografie:**  
archiv

**Obchod:**  
Martin Horníček  
Patricie Majerová  
Pavel Kotrbáček

**Finance, administrativa:**  
Pavla Kadlecová  
Veronika Kerblorová  
Jana Nerudová

**Traffic manager, produkce:**  
Eva Furmanová

**Distribuce a předplatné:**  
Karolína Bezunková

**DTP:**  
WAU! Studio s. r. o.

**Tiskárna:**  
Triangl, a. s.

**Distribuce:**  
SEND Předplatné spol. s r. o.  
E-mail: predplatne@atoz.cz  
**Registrační značka:** MK ČR E6647  
ISSN 1802-1662

Odkazy na určité značky a jejich užití, ať ve formě textové či obrazové, zmíněné v ediční části této publikace, jsou bezplatné. Jsou užitý pouze za účelem poskytnutí informací o zboží a značkách.

Uveřejněné materiály mohou být dále publikovány pouze se souhlasem vydavatele.



# Na trhu ZŮSTANE JEDINÁ BENZINA

**Benzina, kterou zákazníci na českém trhu vídali 70 let, se definitivně proměňuje na značku Orlen, jež tak dokončí unifikaci mezinárodní evropské sítě. „Z mezinárodního pohledu budeme pro zákazníky lépe identifikovatelní a přinese nám to také marketingové a provozní synergie. Jedna společná značka osloví stejnou kvalitou a službami nejen lokální zákazníky, ale bude doprovázet řidiče i na jejich zahraničních cestách,“ říká Vladimír Dočekal, ředitel sítě čerpacích stanic Orlen Benzina ČR.**

**Na Slovensku jste po rebrandingu sáhli hned, v tuzemsku se čekalo. Co podpořilo rozhodnutí k přejmenování přistoupit?**

4

Police značky Orlen jsou na jednotlivých trzích rozdílné. Například na Slovensku a v Maďarsku, kde naše působení není tak dlouhé, dávalo z obchodního i marketingového hlediska smysl celou síť přejmenovat rychle. V Česku unifikace začala v roce 2019 a vzhledem k historii a velikosti zdejší sítě jsme šli postupnými kroky. Teď už ale nazrála doba k akceleraci a dokončení celého procesu. Průzkumy nám potvrdily, že tuzemský trh je na to připraven a značka Orlen je české veřejnosti dostatečně známá a zákazníci akceptovaná.

**Jaké investice do celkového rebrandingu zamíří? A která stanice bude poslední? Opravdu Benzina zmizí úplně?**

Vzhledem k velikosti naší sítě, která nyní čítá 435 stanic, se pohybujeme v řádu stovek milionů korun. Na začátku roku jsme měli v Česku zhruba padesátku stanic s logem Orlen, na jeho konci jich budeme mít tři sta sedmdesát. Na přelomu let 2024 a 2025 bude přejmenovaná drtivá většina čerpacích stanic. Na konci celého procesu zůstane v naší síti pouze jediná čerpací stanice s logem Benzina v Litvínově u Bílého sloupu, a to z důvodu zachování práv na užívání této značky.

**Říkáte, že ČR je dokonalým příkladem toho, jak chcete značku Orlen profilovat. Jak přesně tedy?**

V tuto chvíli se kromě loga nic nemění, určitou změnu pocítit teprve časem. Orlen klade ještě větší důraz na kvalitu a rozsah produktů a služeb. Filozofií značky je konkurovat těm prémiovým, ale zůstat dostupná pro obyčejné lidi. A protože jsme silná mezi-

národní síť, můžeme si tento přístup dovolit. Nabídku produktů a občerstvení, která v každé zemi primárně vychází z lokální nabídky a je doplněna o nadnárodní produkty, neustále aktualizujeme, přičemž zohledňujeme přirozenou poptávku zákazníků a současně se je snažíme zaujmout zaváděním nových produktů. Poměr lokální a mezinárodní nabídky se zásadním způsobem měnit nebude.

**Co tedy na tuzemské zákazníky platí? V čem se vám nejlépe daří?**

V posledních měsících nám roste objem prodeje paliv, doplňkového zboží i občerstvení. Například v červenci jsme prodali rekordní jeden milion hot dogů a v srpnu jsme to zopakovali. K hranici jednoho milionu prodaných kusů se přiblížily i energetické nápoje. Podíl doplňkového zboží a občerstvení dosahuje v průměru 15 pro-

Jitka Hemolová, [jitka.hemolova@atoz.cz](mailto:jitka.hemolova@atoz.cz)

cent na celkovém objemu prodeje, máme ale i čerpací stanice, kde tento podíl dosahuje až jedné třetiny. Zákazníci si kromě energetických nápojů oblíbili i naše kávy i širokou nabídku nealkoholických nápojů a dalších produktů privátní značky Stop Cafe. Znamená to, že se změnou značky k nám lidé spíše přicházejí, než odcházejí. Mnoho z nich také dosud našimi zákazníky nebylo. Začali k nám jezdit ze zvědavosti a už zůstali.

**Jsou čeští zákazníci nakloněni změnám? Je dobré tu například testovat novinky a pilotovat nové projekty?**

Určitě. Příkladem může být nabídka nepalivových produktů a občerstvení, kterou průběžně inovujeme a rozšiřujeme. V posledních letech jsme razantně rozšířili zejména nabídku občerstvení, protože vnímáme, že čerpací stanice již není jen místem pro doplnění pohonných hmot, ale i místem k odpočinku, pro pracovní i osobní schůzky a nákup doplňkového zboží včetně občerstvení, drogerie a léků. Náš gastro koncept Stop Cafe máme na 338 čerpacích stanicích, tedy téměř všude tam, kde je to technicky možné. Na exponovaných místech, jakými jsou dálnice a další důležité vnitrostátní a mezinárodní tahy, nabízíme hotová jídla kombinující českou i mezinárodní kuchyni. V dalších lokalitách tvoří základ naší nabídky hot dogy, obložené či zapékané bagety, saláty, jogurty, sladké pečivo a mix limonád a ovocných šťáv a nabízíme i vegetariánské a veganské pokrmy. Dalším



příkladem může být také instalace servisních a dobíjecích cyklostojanů v turisticky zajímavých oblastech. Nápad na jejich realizaci vznikl v našem českém týmu a o jeho implementaci uvažují kolegové ve všech zemích, kde skupina Orlen působí.

### **Po fúzi se skupinami Lotos a PGNiG můžete využívat synergii v rámci investic. Kam především zamíří?**

Skupina Orlen je se svými čerpačkami v šesti evropských zemích – v Polsku, Německu, Česku, Litvě, na Slovensku a v Maďarsku. Právě expanze na slovenském a maďarském trhu znamenala pro skupinu klíčový posun v rozvoji maloobchodní sítě na evropském kontinentu. Na Slovensku jsme nyní nejrychleji rostoucí sítí čerpacích stanic. Na konci roku 2022 převzala skupina 79 maďarských čerpacích stanic, které jsou již nyní plně pod značkou Orlen, v následujícím kroku akvizice bude v roce 2024 převzata dalších 64 čerpacích stanic. Skupina Orlen také nedávno oznámila záměr převzít 266 čerpacích stanic značky Turmöl v Rakousku. Do roku 2030 chceme provozovat tři a půl tisíce čerpacích stanic pod značkou Orlen. Podíl zahraničních stanic v celé prodejní síti se má zvýšit z 37 na 45 procent.

### **Otevřeli jste první vodíkové stanice, budete dobíjecí pointy. Jaká je pro Orlen budoucnost paliv?**

Sledujeme a vyhodnocujeme trendy a dohody na nadnárodních úrovních. Od roku 2019 existuje Evropský vodíkový plán, Hydrogen Roadmap Europe, který předpovídá rozvoj vodíkové energetiky do roku 2030 a 2050. V roce 2020 Evropská unie přijala vodíkovou strategii, vláda ČR ji schválila v červenci 2021. My jsme aktivní součástí tohoto procesu a sami investujeme do rozvoje bateriové a zejména vodíkové infrastruktury stamilionové částky. Na rozvoji vodíkové mobility se snažíme spolupracovat se státní správou, místními samo-

správami i soukromými subjekty. Podepsali jsme vodíková memoranda s řadou partnerů, takže teď plníme, k čemu jsme se zavázali. Příkladem je spolupráce s Dopravním podnikem hlavního města Prahy, respektive Magistrátem hlavního města Prahy, ohledně pilotního provozu vodíkového autobusu na lince 170 pražské MHD, který byl zahájen 14. 7. 2023. Na testování vodíkového autobusu se podílíme i na Mostecku, kde by mohl jezdit v rámci měst Most a Litvínov.

## **Nápad na realizaci dobíjecích cyklostojanů vznikl v Česku.**

Přesto si myslíme, že tempo a podpora rozvoje vodíkové infrastruktury v Česku by mohla být vyšší. I proto jsme společně s nadnárodními společnostmi Toyota, Alstom a Air Product, které se zabývají rozvojem vodíku v evropském či světovém měřítku, vyzvali vládu ČR, aby aktualizovala svou národní vodíkovou strategii, zvýšila důraz na využití vodíku v dopravě a vytvořila tak lepší podmínky pro rozvoj této oblasti. Jinak Česko začne rychle ztrácet svou konkurenceschopnost a mezi zeměmi s plnohodnotným vodíkovým hospodářstvím bude chybět.

### **V rámci modernizací investujete také do dalších služeb pro zákazníky. Které jsou aktuálně nejatraktivnější?**

Čerpací stanice jsou dnes multifunkčními prostory, kde lidé tráví daleko více času než v minulosti. Využívají relaxační zóny, dětská hřiště, Wi-Fi připojení a možnost dobít notebooků, mobilů, ale i elektrokol. Víťame každého zákazníka, ať už přijde pěšky, přijede na kole, motorce, v autě, autobuse či jiném dopravním prostředku. A protože celý svět je již v mobilu,

jsme tam také. Se zákazníky komunikujeme přes naše dvě aplikace – zákaznickou aplikaci Orlen Benzina a aplikaci pro mytí aut, která se jmenuje Mycí digi linka. Velmi oblíbená je také platba přes QR kód přímo u výdejního stojanu a nedaleko je doba, kdy bude možné platit přímo z palubního počítače v autě.

### **Hodně jste se opřeli také do reklamy. Jaké komunikační kanály vám nejlépe fungují a mění se jejich poměr?**

Pojetí marketingové, respektive integrované komunikace začíná vždy u cíle konkrétní kampaně, který je třeba naplnit. Například u aktuálně běžící kampaně „Následujte kvalitu“ jsme od začátku plánovali plně integrovanou marketingovou kampaň, která by využívala všechny kanály a zasáhla valnou část cílové skupiny. Jedná se o silnou brandovou kampaň a televize zůstává klíčovým kanálem. Součástí komunikačního mixu jsou ale i rozhlasové spoty, outdoorová reklama a prostor v tištěných i digitálních médiích. Kampaň má také edukativní cíl, proto jsme do ní zařadili i sérii článků, ve kterých expert sítě Orlen Benzina vysvětluje ideální používání pohonných hmot Efecta a Verva a radí motoristům. Kampaň je velmi úspěšná a potvrzuje, že kvalita paliv je jedním z podstatných faktorů ovlivňujících rozhodování zákazníků. Stejně významnými faktory jsou pak i celková kvalita a charakter prodejního konceptu a produktové nabídky, které dohromady formují zákaznická očekávání. A ta chceme naplnit na vysoké úrovni.

**Celý rozhovor s Vladimírem Dočekalem si přečtete na [www.cerpacka.cz](http://www.cerpacka.cz)**



EDICE RETAIL

## **EMAIL MARKETING**



Intuitivní a rychlá tvorba kampaní



Spolehlivé doručení všem příjemcům



Automatizace šetřící Váš čas

[www.emailkampane.cz](http://www.emailkampane.cz)

email kampane

# OZDRAVNÝ BALÍČEK 2023 ovlivní i provozování ČERPACÍCH STANIC

**Zákon o konsolidaci veřejných rozpočtů obsahuje velké množství změn, které se dotknou skoro každého z nás. Jedná se o celý souhrn opatření, která povedou ke snížení státních výdajů na straně jedné a zvýšení státních příjmů na straně druhé. Pojďme se nyní podívat na některá ustanovení, která se mohou bezprostředně promítnout do podnikání v oboru provozování čerpacích stanic.**

*Petra Brožová, manažerka metodiky účetnictví se zaměřením na obor čerpacích stanic, Kodap Liberec*

Jedním z kroků vedoucích ke zvýšení státních příjmů bude zrušení mnoha daňových výjimek. Obracíme-li se k provozovatelům čerpacích stanic, pak začneme změnami, které nastanou ve zdanění fyzických osob, a uvedme si hned několik příkladů.

## Zrušení daňových výjimek

Sleva na dani na manželku se nově omezí výhradně na manžela/manželku pečující o dítě pouze do 3 let věku. Hlavním důvodem tohoto omezení je, že stávající nastavení výjimky odrazuje poplatníky od vstupu na trh práce a započítá významnější výdělečné činnosti, protože při překročení limitní hranice příjmů nárok na slevu zaniká.

Dojde i ke zrušení slevy na dani pro pracujícího studenta, kdy hlavním důvodem je nízká efektivita zdanění, když slevu využijí jen ti studenti, kteří vydělávají částky vyšší než zhruba 17 100 Kč. Studenti s nižšími výdělky tuto slevu nevyužijí vůbec. Navíc, do okruhu uživatelů stávající daňové úlevy patří mimo jiné i osoby, které mají status studenta jen formálně, to znamená, sice jsou ke studiu zapsané, ale vzdělávací zařízení již nenavštěvují.



Omezena bude i další selektivní daňová výjimka, a tou je osvobození nepeněžních benefitů zaměstnanců, kterou efektivněji využívají zejména větší zaměstnavatelé. Malým firmám či živnostníkům s malým počtem zaměstnanců se podle důvodové zprávy nevyplácí administrovat tyto daňové benefity tak, aby byly využity naplno. Některá nepeněžní plnění jsou dnes navíc osvobozena od daně do limitu 20 000 Kč/rok, zatímco jiná, například sportovní a kulturní akce, jsou osvobozena „bez limitu“. Je zde tedy vytvořen prostor pro poskytování osvobozených nepeněžních plnění vysoké hodnoty, které většinou čerpají nadprůměrně placení zaměstnanci. U vymezených daňových benefitů bude zvýhodnění zachováno s podmínkou souhrnného zastropování na úrovni poloviny průměrné mzdy za zdaňovací období.

Podobně bude omezeno i osvobození nadlimitních stravenek. Ty dnes na rozdíl od stravenkového paušálu mohou být poskytovány jako osvobozené od daně bez limitu, čímž mohou tyto stravovací benefity činit řádově i tisíce korun denně (tzv. manažerské stravenky). V souvislosti s tím dojde i k úpravě stravenkového paušálu tak, aby ho mohly adekvátně čerpat i osoby na delších pracovních směnách.

Dále dojde ke zrušení výjimky, která umožňuje daňovou uznatelnost tichého vína jako daru v hodnotě do 500 Kč. I tuto výjimku využívaly především velké zahraniční společnosti.

## Zavedení nemocenského pojištění pro zaměstnance

Ozdravný balíček přináší znovuzavedení nemocenského pojištění zaměstnanců ve výši 0,6 %. Kvůli snížení sazby nemocenského pojištění placené zaměstnavateli v roce 2019 z 2,3 % vyměřovacího základu na 2,1 % a také díky zavedení dalších dávek nemocenského pojištění (např. zavedení a poté prodloužení otcovské či zavedení pečovatelské dovolené) vykazuje účet nemocenského pojištění od roku 2019 záporné saldo, v loňském roce zhruba 8 mld. Kč. Zavedením tohoto opatření se očekává vyrovnání bilance účtu.

## OSVČ vzrostou odvody na sociální pojištění

V souladu s doporučeními řady ekonomických expertů dojde ke zvýšení odvodů OSVČ. Konkrétně se v letech 2024–2026 zvýší minimální vyměřovací základ pojistného na sociální pojištění OSVČ z 25 % na 40 % průměrné mzdy, tj. o 5 procentních bodů ročně, a tím se minimální vyměřovací základ přiblíží k úrovni minimální mzdy. Od roku 2024 budou OSVČ platit pojistné nejméně z 55 % namísto současných 50 % základu daně. Zvýšené odvody se nebudou týkat začínajících podnikate-



lů. Pro OSVČ, která bude nově zahajovat výkon hlavní samostatné výdělečné činnosti a tuto samostatnou výdělečnou činnost v uplynulých 20 kalendářních letech nevykonávala, měsíční vyměřovací základ zůstane na 25 % průměrné mzdy platné pro daný kalendářní rok, a to po dobu prvních dvou kalendářních let od zahájení podnikání.

## Úprava progresu u daně z příjmů fyzických osob

Zatímco nyní platí dvě sazby daně z příjmů fyzických osob, 15 % a 23 %, přičemž vyšší sazba se vztahuje na příjmy přesahující čtyřnásobek průměrné mzdy, nově bude hranice pro vyšší zdanění příjmů začínat na trojnásobku průměrné mzdy, nyní tedy zhruba na 121 000 Kč měsíčně. Rozšiřuje se tím množina vysokopříjmových, kteří budou platit 23 % sazbu daně z příjmů. Jde o solidární krok, aby se vysoko-příjmoví zaměstnanci více podíleli na konsolidaci veřejných financí. Posun se dotkne i OSVČ, které budou vyšší sazbu daně platit už ze zisku přesahujícího 36násobek průměrné mzdy a nikoli 48násobek jako v současnosti. U zaměstnanců zůstává základem daně hrubá mzda, u OSVČ je základem daně rozdíl mezi příjmy a výdaji.

## Změna sazby daně z příjmů právnických osob

Po 15 letech se změní i daň z příjmů právnických osob, a to ze stávajících 19 % na 21 %. Současná sazba daně patří v Evropě mezi ty nižší a jejím zvýšením bychom se měli přiblížit evropskému průměru.

## Zrušení mimořádných odpisů

Hmotný majetek zařazený v odpisové skupině 1 podle přílohy č. 1 již poplatník, který je jeho prvním odpisovatelem, nebude moci odepsat rovnoměrně bez přerušování do 100 % vstupní ceny za 12 měsíců.

## Omezení výjimek na dani z příjmů právnických osob

U daně z příjmů právnických osob bude omezena daňová uznatelnost při nákupu osobních automobilů pro podnikatelské účely na dva miliony korun z ceny vozu.

Hlavním důvodem jsou časté situace, kdy si podnikatelé pořizují luxusní vozy k soukromému užívání, čímž se vytrácí původní záměr daňového zvýhodnění nákupu automobilu pro podnikání. Například v roce 2020 bylo 96 ze 101 nově registrovaných Ferrari v ČR registrováno na firmu.

## Zastropování úlev z odvodů pro dohody o provedení práce

Provozovatelů čerpacích stanic, kteří často využívají různé formy brigádní výpomoci, se budou týkat opatření, která nově stanovují dva limity pro placení pojistného na sociální zabezpečení za zaměstnance, který pracuje na základě dohody o provedení práce (DPP). První limit bude stanoven pro DPP u jednoho zaměstnavatele, a to ve výši 25 % průměrné mzdy, druhý limit bude stanoven pro vznik účasti na pojištění při souběhu více DPP u více zaměstnavatelů, a to ve výši 40 % průměrné mzdy. Aby opatření mohlo být kontrolováno, bude zavedena evidence všech DPP a příjmů z těchto dohod.

Tímto opatřením by se měla vyřešit současná nepříznivá situace, kdy jsou dohody o provedení práce namísto příležitostného zaměstnání jediným a častým zdrojem příjmů některých zaměstnanců. Dané osoby nejsou kvůli tomu důchodově pojištěné, tj. po skončení práce nemají buď vůbec nárok na starobní důchod, anebo jen velmi malý, což se negativně odráží v čerpání dávek státní sociální podpory.

## Redukce počtu sazeb DPH na základní 21 % a sníženou 12 %

Dojde ke zjednodušení systému DPH sjednocením dvou snížených sazeb (15 % a 10 %) do jedné společné ve výši 12 %. Opatření povede k vyšší transparentnosti a k odstranění absurdit jako v případě aplikace tří různých sazeb DPH u točeného piva. Ke snížení DPH z 15 % na 12 % dojde u řady aktuálně citlivého zboží a služeb jako například u potravin bez nápojů, vybraných léků či farmaceutických výrobků, dětských autosedaček, stavebních prací nebo pohřebních služeb. Do této sazby budou patřit i noviny. U knih bude aplikována nulová sazba, ty tedy nebudou DPH zatíženy vůbec. Naopak položky bez prokazatelného sociálního či zdravotního významu budou přesunuty do základní sazby DPH. Konkrétně se jedná o kadeřnické a holičské služby, služby autorů a umělců, sběr, přeprava a skládkování komunálního odpadu, opravy obuvi, kože-

ných výrobků a kol, úklidové práce, točené pivo a palivové dřevo.

## Snížení státních výdajů

Nejdůležitějším opatřením ke snížení státních výdajů bude důrazné snížení národních dotací. Současná situace je nesystémová a nepřehledná. Vytratil se původní záměr dotací, snižovat regionální či jiné nerovnosti (sociální, zdravotní, vzdělávací a jiné). Postupně se z národních dotačních titulů stal byznys, který pokrývá tržní prostředí zejména ve prospěch velkých firem. Počet dotačních titulů navíc neúměrně roste a s tím narůstá i nákladná administrativa na jejich poskytování. Na druhé straně klesá efektivnost využívání dotací, které v mnoha případech udržují při životě projekty, které nejsou životaschopné a nemají reálný ekonomický smysl.

Dalším výrazným úsporným opatřením bude i zrušení 77 územních pracovišť finančních úřadů, které podle výsledků provedené analýzy Ministerstva financí ČR a Generálního finančního ředitelství byly veřejností využívány jen velmi omezeně nebo zajišťovaly minimální rozsah služeb pro občany, například služby podatelny.

K úsporám státních výdajů by mělo dojít i v důsledku navrhovaného snížení státní podpory stavebního spoření na maximálně 1 000 Kč/rok pro nové i stávající smlouvy. Stavební spoření vzniklo v 90. letech minulého století v době, kdy ještě nefungoval hypoteční trh a byl to způsob, jak si mohli lidé spořit na bydlení. V posledních letech nicméně ztratilo svou původní funkci. Lidé navíc naspořené peníze používají zpravidla k jiným účelům než pro účely vlastního bydlení. Úvěry ze stavebního spoření se budou poskytovat zejména na realizaci energeticky úsporných opatření pro domácnosti.

## Od návrhu k účinnosti legislativních změn

Poté, co zákon o konsolidaci veřejných rozpočtů schválila Poslanecká sněmovna, bude se jím zabývat Senát, a až po podepsání prezidentem ČR nabudou jednotlivé legislativní změny účinnosti. Doporučujeme, abyste po završení legislativního procesu konzultovali se svým daňovým poradcem, které změny, od kdy a jak ovlivní vaše podnikatelské aktivity.

# IMPULZ ZVYŠUJE ZISKOVOST

**Impulzní zboží, jako jsou sladkosti, nápoje a další produkty denní spotřeby, hrají na čerpacích stanicích klíčovou roli a mohou být pro jejich provozovatele významným zdrojem příjmů. Pokud se s ním pracuje efektivně, dojde ke zvýšení ziskovosti.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

**D** Pro majitele a provozovatele čerpacích stanic je stále důležitější nabízet nejen kvalitní palivo, ale i služby spojené s provozem automobilu a rovněž prodej dalšího zboží. Tím může být nejen doplňkový sortiment motoristů, jako je autokosmetika, provozní kapaliny, ale i produkty běžné spotřeby, nebo potraviny. A to včetně těch čerstvých. Efektivně by měli pracovat i s impulzním zbožím, jako jsou sladkosti, nápoje a další malé předměty. Ty pro ně mohou být významným zdrojem příjmu, nikoliv dodatečného.

rie cukrovinek. Z pohledu prodeje jde především o čokoládové tyčinky, následované kategorií bonbonů a máčených oplatek. Čokoládové tyčinky jsou obecně tou neimpulznější kategorií, a proto je třeba podle toho zvažovat jejich umístění," prozrazuje Tereza Skrbková, tisková mluvčí společnosti Nestlé Česko a Slovensko. Jedním dechem dodává, že nakupující na čerpacích stanicích zároveň velmi často sáhnou po bonbonech, a to především těch funkčních, tedy na osvěžení dechu nebo na úlevu při nachlazení, jako jsou Hašlerky či Anticol.

Neméně podstatnou kategorií jsou i vitaminy. „Dobře fungují produkty značky Energit, konkrétně hroznové cukry a vitamínové a energetické tablety Energit v plechové krabičce. Kladně hodnocené řidiči jsou rovněž Energit pro řidiče s kofeinem, které doporučujeme umísťovat zejména do pokladních zón a druhotných umístění," sděluje Michaela Gadušová, produktová manažerka společnosti Vitar. Dalším příkladem mohou být šumi-

vé tablety Vyprošťovák, které si své místo najdou především ve stripech u alkoholických nápojů.

## Vhodné jsou i proteinové tyčinky

Aktuální trendy v oblasti impulzního zboží jsou při výběru produktů pro tuto sekci na čerpací stanici pro společnost Orlen Benzina klíčovým faktorem. Při jejich pravidelných revizích všech kategorií vyhodnocují, jak jednotlivé produkty přispívají k tržbám, jak často se kupují a jaký mají celkový zisk. „Na základě těchto dat pečlivě vybíráme produkty pro impulzní zónu, abychom zajistili, že ty s nejlepšími prodejními výsledky budou představeny na nejvýznamnějších místech u pokladen a v prémiových zónách," uvádí tisková mluvčí Lada Gadas. V rámci ostatních částí pokladních zón uspořádávají položky do tematických a značkových skupin, jakými jsou Energy pro muže a doplnění energie, Pleasure pro ženy a odměňování anebo například kategorie Kids, ve které logicky cílí na nejmladší zákazníky. Vše se záměrem co nejefektivněji oslovit různé spotřebitelské skupiny.

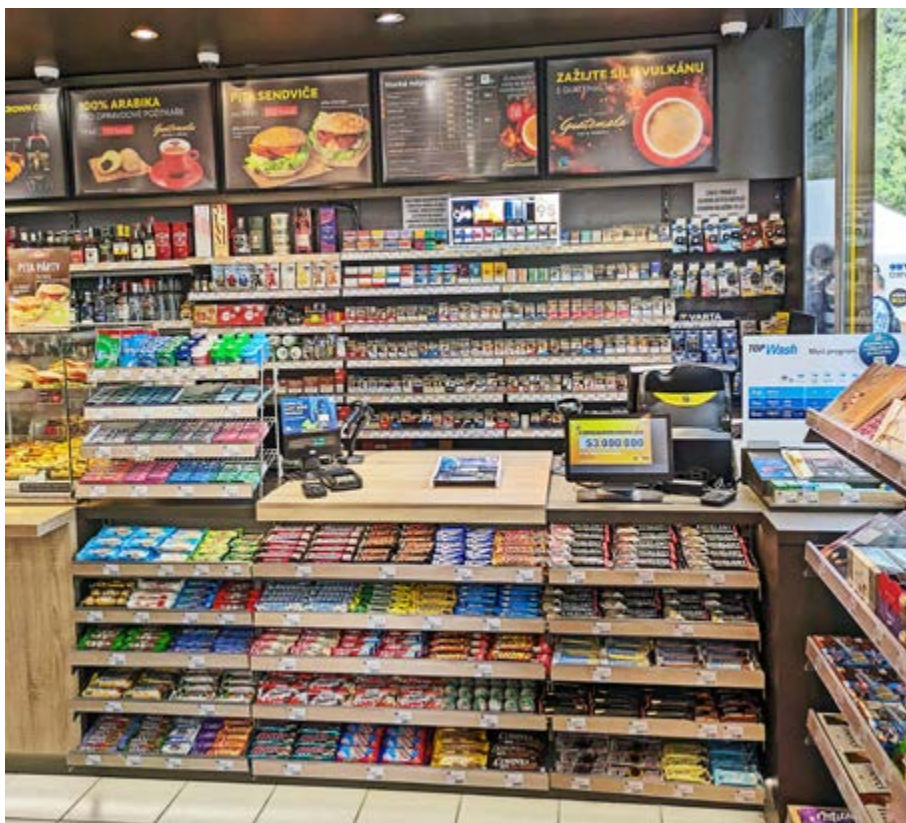
Na čerpačkách společnosti MOL Česká republika se největší popularitě stále těší léty osvědčené klasické čokoládové tyčinky tuzemské i zahraniční produkce. Nicméně trendem v tomto segmentu je určitě snaha se stravovat zdravěji, zákazník je citlivější na přírodní suroviny a jejich získávání udržitelným způsobem. V impulzní zóně tedy upevňují své pozice proteinové tyčinky nebo například flapjacky. V rámci impulzního zboží nedochází v letech k velkým změnám, zákazníci dobře reagují na cukrovinky, žvýkačky, potažmo i energetické nápoje.

„Snažíme se pracovat se slevovými akcemi, na které jsou zákazníci zvyklí z klasického retailu. V naší síti se dají nakoupit nápoje, cukrovinky a další zboží za srovnatelné i dokonce nižší ceny než v klasický supermarketech, a na to jsme opravdu pyšní," vyzdvihuje Jiří Ondra, spolumajitel společnosti Tank Ono. Dále sděluje, že i segment elektronických cigaret by rov-

8

## Doporučují se vitamínové doplňky

Po nákupu pohonných hmot je nejčastější nákupní misí na čerpacích stanicích pořízení občerstvení na cestu. To lze rozdělit podle kategorií a plánovanosti. „Když se zaměříme na impulzní nákup, tedy ten bez většího plánu, hraje hlavní roli katego-





něž zařadil do impulzního zboží. Podle něho jde o kategorii, která neskutečně vyrostla a stále má velký potenciál růstu, i na úkor klasických tabákových výrobků.

## Napomůže obsluha

Samotný prodej se však neobejde bez dostatečné péče. Ať už jde o vhodné umístění či prezentaci. Impulzní zboží by mělo být umístěno na strategických místech, kde zákazníci budou mít příležitost si ho všimnout. Obvykle je ideální prostor u pokladny, kde řidiči tráví čas čekáním na zaplacení po tankování. Regály, stojany nebo vitríny by měly být atraktivně vystaveny a dobře osvětleny, aby zboží přitahovalo pozornost. Vhodné je rovněž zapracovat na marketingu, a to buď ve spolupráci s výrobcí nebo prostřednictvím vlastních kampaní. Využita by měla být reklama a další marketingové techniky, aby došlo k upoutání pozornosti na nabídku impulzního zboží.

Avšak vyplatí se nezapomínat i na další podstatnou věc. „Zboží na pumpách lze efektivně propagovat například aktivním

„Unikátní nabídka láká.“



K úspěšnému prodeji impulzního zboží na čerpací stanici je klíčové mít hluboký vzhled do různých spotřebitelských segmentů. Proto se zaměřujeme na tyto kategorie nejen během běžného prodeje, ale i prostřednictvím speciálních, časově omezených nabídek. Produkty pod naší privátní značkou jsou pro nás ideálním nástrojem, jak vytvářet unikátní nabídku, která nás výrazně odlišuje od konkurence a zároveň zvyšuje naši rentabilitu.

**Lada Gadas,**  
tisková mluvčí, Orlen Benzina

nabízením produktu skrze obsluhu,” konkretizuje Michaela Gadušová. Velice silným propagačním nástrojem je tak mimo jiné šikovný personál. „Pokud zákazník míjí impulzní zóny bez zájmu, je to právě obsluha, která zákazníka může motivo-

vat ke koupi kávy s něčím sladkým nebo nealkoholického nápoje s čerstvým sendvičem,” zmiňuje Martin Pavlíček, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

Tím, že většina nákupních rozhodnutí se odehrává až na prodejní ploše, je správné vystavení naprosto klíčové. Zboží by proto mělo být jednoznačně umístěno do zón, kde má zákazník možnost ho přichodit do košíku, aniž by musel přemýšlet. „Jsou to především akční čela regálů, pokladní zóny nebo využívání stripů, tedy umístění zboží v rámci cross proma. Všeobecně lze tedy kromě klasického regálu využívat i všechna druhotná umístění,” domnívá se Michaela Gadušová.

Vedle klasického vystavení v regále nebo druhotného umístění je i pokladna ideální způsob, jak zboží zákazníkovi nabídnout. „Legendární vitaminové a energetické tablety Energit v plechové krabičce je ideální umístit do pokladní zóny na naše speciální stojany, které rádi poskytneme na čerpací stanice prostřednictvím našich obchodních zástupců zdarma,” říká Michaela Gadušová. Pro Energit hrozí cukr a tuby Vyprošťovák jsou skvělou volbou stripů.

# Mana. Ideální jídlo na cesty.

## Nabídněte svým zákazníkům:

- nutričně kompletní jídlo, které tělu dodává všechny potřebné živiny
- pestrou paletu lahodných příchutí
- energii bez pocitu únavy po konzumaci
- zasytí na 3-5 hodin a nevyžaduje chlazení
- ideální společník na dlouhé i krátké cesty



Objednávat můžete u společnosti  
JIP východočeská a.s.

Pokud k vám spol. JIP nedodává nebo máte zájem o více informací, kontaktujte nás na [b2b@mojemana.cz](mailto:b2b@mojemana.cz)

[www.mojemana.cz](http://www.mojemana.cz)



**MANA**

Jídlo pro lepší život.

# NEALKO OSVĚŽÍ i přiláká

**Nealkoholické nápoje hrají na čerpacích stanicích klíčovou roli nejen v uspokojení žízně řidičů, ale i v přilákání nových zákazníků. S rostoucí poptávkou po osvěžení a energii během cest se zde staly druhými nejoblíbenějšími produkty.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Nealkoholické nápoje jsou na čerpacích hned po těch tabákových nejkupovanějšími výrobky. Výběr jejich portfolia může do značné míry přispět nejen ke zvýšení tržeb, ale rovněž ovlivnit, zda se posádka automobilu rozhodne zastavit právě u vás.

## Rozvíjí se kategorie funkčních vod

Čerpací stanice by měly nabízet široký výběr chlazených nealkoholických nápojů v impulzních baleních. „Spotřebitelé je v nich nakupují především pro okamžitou spotřebu a v autě chtějí nápoje konzumovat vychlazené. Na druhou stranu se mohou chtít zásobit i na doma, takže je dobré, aby byla k dispozici i velká balení,“ podotýká Lutfia Volfová, tisková mluvčí společnosti Mattoni 1873. Za optimální poměr má 60: 40 ve prospěch malých balení.

„Prodeje našich produktů na čerpacích stanicích probíhají víceméně bez zásadní marketingové podpory, doporučujeme je umísťovat do impulzních zón a lednic. Z našeho portfolia výrobků Capri-Sun se nejlépe daří druhu Mystic Dragon,“ prozrazuje Ondřej Janů, produktový manažer Capri-Sun společnosti Vitar.

Je jasné, že poptávka na čerpacích stanicích úzce souvisí s hlavními nákupními misemi, doplněním energie a tekutin. Proto mezi nejprodávanější výrobkové kategorie patří energetické a kolové nápoje a vody. Intenzivně se rozvíjí i kategorie funkčních vod. „Spotřeba na čerpacích stanicích se koncentruje do letních měsíců, což sou-

visí s vysokou mobilitou obyvatel, zejména v prázdninových měsících,“ poukazuje Jaroslav Vích, obchodní ředitel společnosti Kofola ČeskoSlovensko. Významným akcelerátorem spotřeby nealkoholických nápojů jsou také tzv. kombo nabídky párující jídlo a pití v rámci intenzivně se rozvíjejících gastronomických konceptů jednotlivých sítí čerpacích stanic.

## Klesá podíl velkých formátů balení

Z pohledu sortimentu společnosti Rauch Praha začala letní sezona o něco později, ale celkový výhled zůstává pozitivní. Zájem spotřebitelů se zvyšuje u nápojů v plechovkách, viditelná je také premiuzace a zájem o kvalitnější zboží, což jde ruku v ruce s tím, jak jednotlivé řetězce čerpacích stanic inovují a zlepšují zážitek z návštěvy. Tím roste i ochota za dodatečné služby a sortiment utrácet.

„Na období červen až srpen jsme směřovali klíčové aktivity, obměnu sortimentu a promoce zaměřené na viditelnost vybraného sortimentu všech kategorií,“ říká Martin Pavlíček, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika. Zejména v kategorii vod je patrný silný vliv počasí na rotaci, kdy při teplotách nad 30 °C dramaticky stoupá jejich spotřeba.

Vlivem teplého zářijového počasí se dá říci, že se sezona prodlužuje a letos jsme zažili hodně teplotně nadprůměrný rok, který pomáhá prodejem nealkoholických nápojů. „Z pohledu obratu klesá podíl velkých formátů balení, a spotřebitelé



naopak dávají přednost nápojům v půllitrových baleních. Největší zájem je tradičně o naši nejsilnější položku půllitrovou Coca-Colu a Coca-Colu Zero, ale pozadu nezůstává ani Monster Energy, který si díky široké škále příchutí získává stále více věrných spotřebitelů,“ hodnotí Pavel Kozel, manažer pro klíčové zákazníky segmentu čerpacích stanic společnosti Coca-Cola HBC ČR a SR. Z čerpacích stanic se postupně stává velmi silný prodejní kanál. „S ohledem na omezené pozice na čerpacích stanicích by měl být sortiment vybrán podle nejprodejnějších položek v daném portfoliu značky,“ naznačuje Ondřej Janů. Nabídka by se měla v ideálním případě přizpůsobit sezoně, tedy v létě hlavně využít lednice a impulzní zóny.

## Multipack na doma

Energetické nápoje patří vedle kávy mezi tradičně oblíbené produkty zákazníků. „Z tohoto důvodu pokračujeme v rozšiřování naší řady energetických nápojů pod privátní značkou Verva. Dále se těší trvalé oblibě džusy a smoothie. Během jarních a letních měsíců zaznamenáváme tradiční nárůst zájmu o nápoje ve větších baleních,“ sděluje Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Benzina. U energy drinků se spotřeba v průběhu roku mění. Na čerpacích stanicích jsou prodeje přirozeně nejvyšší v letních měsících, kdy spo-



### „Plechovky jsou stálicí.“

Vysoké oblibě se na čerpacích stanicích těší nápoje v plechovkách a jejich podíl na trhu i na benzínkách každoročně roste. Spuštění naší vlastní moderní plechovkové linky v listopadu 2022 nám umožňuje nabízet všem prodejním místům včetně čerpaček bohatý sortiment různých druhů nealkoholických nápojů v plechovkovém balení.

**Lutfia Volfová**, tisková mluvčí, Mattoni 1873





„V letošním roce jsme zaznamenali růst i u vitaminových nápojů. Výrobci v této kategorii představili několik novinek, které pravděpodobně zařadíme do nabídky v příštím roce. Obecně se domníváme, že pro výrobce je těžké inovovat v kategorii nealko nápojů. Je již hotová a velké změny se v ní očekávat nedají. Naše výhoda je jednoznačně cena, za kterou zboží nabízíme,“ vyzdvihuje Jiří Ondra, spolumajitel společnosti Tank Ono. V letošním roce navíc rozšířili nabídku o multipacky. Mají totiž vyzorováno, že jejich zákazníci dělají i drobné nákupy na doma a namísto jednoho balení nápoje jim nabízí možnost nákupu celého kartonu například balené vody a podobně.

## Rozložení podle obrátkovosti

Sortiment nealko nápojů na čerpací stanici by měl pokrývat všechny potřeby řidičů a posádek na jejich cestách. Jinými slovy, nesmí chybět kategorie, které povzbudí a dodají energii, dále propozice, které zajistí správný pitný režim, včetně funkčních variant s přidanou hodnotou minerálů, či jiných prospěšných ingrediencí. „Nedílnou součástí sortimentu by měly být rovněž ‚indulgence‘ kategorie, které mají především potěšit chuťové pohárky spotřebitelů,“ popisuje Martin Pavlíček. Co se týká formátů, musí být zastoupeny jak menší, impulzní balení, tak i větší formáty, které ocení zákazníci při delších cestách.

Sortiment v chlazené zóně by měl být rozložen podle obrátkovosti a ziskovosti daných kategorií. „Největší obrat přináší

kategorie energy nápojů, následují syčné nápoje a třetí jsou vody. Naopak ledové čaje a džusy jsou výrazně menší, proto doporučujeme do chlazené zóny umístit primárně malé balení a větší formáty zařadit do nechlazené zóny,“ konkretizuje Pavel Kozel.

## Pomohou promoce

Zapomínat by se nemělo ani na pestrost a na to mít k dispozici všechny obvyklé kategorie nápojů. Každá kategorie by se měla skládat z několika nejvýznamnějších značek a ty musí umět nabídnout škálu příchutí. Zastoupení značky pouze jedním z mnoha produktů není efektivní. „Brand bloky známé z retailu jsou pro zákazníka přehlednější a usnadňují nákupní rozhodování. Z hlediska velikostí by měly reflektovat potřebu, se kterou zákazník na čerpací stanici přijíždí. Může se jednat o rychlé osvěžení nebo potřebu vyřešit občerstvení jak z hlediska nápoje, tak jídla za přijatelnou celkovou cenu,“ prozrazuje Zdeněk Bláha, regional marketing manager CZ/SK společnosti Rauch Praha. V hlavních kategoriích je logické nabídnout také velké retailové balení.

„Na čerpacích stanicích je poptávka po nápojích okamžité spotřeby, což má zásadní vliv na nabídku formátů. Většinu tvoří nápoje ve velikostech 0,3 až 0,5 litru v PET lahvích i plechovkách, s výraznou dominancí energetických nápojů v plechovkách,“ uvádí Jaroslav Vích. Jedinou výjimkou ve formátech tvoří ochucené i neochucené vody, kde, podobně jako v retailu, dominují 1,5l PET lahve.

třebitelé více cestují. „I mimo sezonu ale i navzdory zvyšování cen evidujeme meziroční nárůst prodeje,“ zmiňuje Olina Vlčková, trade marketing manager společnosti Hell Energy Drinks Czech.

V síti Tank Ono patří mezi největší sortiment kategorie nealkoholických nápojů energetické nápoje. Na tom se v čase nic nemění, naopak tato kategorie stále roste.

**UMĚNÍ ŽÍT S CHUŤÍ**

Přírodní bio limonády a toniky Bohemsca, zdravé osvěžení pro celou rodinu, plné lahodné chuti a energie z přírody.  
**Limonády Bohemsca, ideální společník na cesty!**

+420 730 80 70 60 [www.bohemsca.cz](http://www.bohemsca.cz)  
[bio@bohemsca.cz](mailto:bio@bohemsca.cz) [f](#) [i](#) [t](#) @bohemsca

SNOWBALL s.r.o., Bukovanská 416/3, 779 00 Olomouc

**100% V SOULADU S PŘÍRODOU**  
**BEZ** konzervantů | umělých aromat, barviv a sladidel  
**ORIGINÁLNÍ RECEPTURA**



# POMOZTE ŘIDIČŮM snadněji překonat chladné měsíce

**Podzim a zima přináší pro motoristy a jejich vozidla zvláštní výzvy. Provozovatelé čerpacích stanic by na tuto sezonu měli být připraveni a poskytnout zákazníkům nezbytné produkty a služby, které jim pomohou udržet jejich automobily v optimálním stavu a bezpečně na cestách. Důraz na prevenci a správnou péči o vozidla může přivést více zákazníků na vaši čerpačku a zvýšit jejich loajalitu.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

**P**řestože prodej zimního paliva platí na čerpačkách až od 15. listopadu, je vhodné se na sychravější dny připravit už zkráj podzimu. Zákazníci totiž budou požadovat zimní směs do ostříkovačů a vhod jim přijdou i další produkty. Přestože by měl být řidič na chladnější a mrazivé období připraven, jak ukazuje praxe, ne vždy tomu tak je. A to je šance pro čerpadláře.

nízkých teplot, si motoristé zvykají rovněž na aditiva pro palivo, která chrání motor před vznikem ledových čepů a pomáhají udržet výkon vozidla. Zkontrolovat by se měla i chladicí kapalina, zda odolá mrazům, a případně nabídnout k prodeji nemrznoucí směs. Dále je možné zařadit různé speciální produkty, jako jsou odmrazovače, které například rychle odstraní námrazu a led z okenního skla. To zvyšuje bezpečnost při řízení a zlepší viditelnost za deštivého nebo sněhového počasí.

v kategorii olejů a autokosmetiky a provozních kapalin a během podzimu na všech našich pobočkách představíme novou privátní značku olejů a autokosmetiku značky Coyote za nejlepší ceny na trhu," sděluje Jiří Ondra, spolumajitel společnosti Tank Ono. V rámci nabídky zboží se bude v její síti jednat o jednoznačně velkou změnu, která má mít pozitivní dopad na zákazníky, co se týká kvality a ceny. „Pro naše zákazníky připravujeme každý rok novinky i v tomto segmentu. Letos to bude nová Vánoční vůně v praktickém balení. Trend oblíbenosti kvalitních kapalin je rostoucí, zákazník už dávno nechce jen modrou zapáchající tekutinu," tvrdí Martin Pavlíček, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

## Vánoční vůně v praktickém balení

Kromě zimního paliva s nízkým bodem tuhnutí, které zlepšuje chod motoru za

„Jeden z mála trendů, které vidíme v zimních měsících v této kategorii, je používání aditiv jak do nafty, tak i benzínu. V letošním roce jsme dokončili výběrové řízení

## Chytrý kanystr pro vhodné dávkování

Popularita tzv. ready to use produktů, tedy těch, které jsou připraveny k okamžitému použití, stále roste. Tuto tendenci jejich výrobci zaznamenávají zejména u prostředků určených k ošetření interiéru vozidel a kapalin do chladiče. „V rámci naší nabídky produktů pod značkou Platinum zákazníkům poskytujeme široký sortiment ‚ready to use coolantů‘. Pečlivě sledujeme trendy v oblasti obalových materiálů, kde se objevuje snaha najít udržitelnější způsob, jak doručit zákazníkům standardní produkty, na které jsou zvyklí," zmiňuje Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Benzina. A dodává, že tato oblast se momentálně nachází teprve na počátku svého vývoje.

„Ekologie je určitě trendem. Jak v případě kapalin samotných, tak i obalů. Proto také my do nabídky zařazujeme produkty s větším podílem recyklovaných plastů v obalech," vyzdvihuje Kateřina Hartlová, marketing team leader společnosti Auto-Max Group. Pozadu nezůstává ani společnost Filson, která před několika dny na trh



# DVA NOVÉ OLEJE OD COYOTE LUBES



NOVINKA

**COYOTE LUBES 0W-30 C2/C3** je syntetický vysoce výkonný **Low SAPS** motorový olej pro osobní automobily s benzínovými a naftovými motory s filtrem pevných částic. **Minimalizuje opotřebení** a zlepšuje spotřebu paliva, stejně jako usnadňuje studené starty motoru.

- Prodlužuje životnost filtru pevných částic (DPF)
- Snižuje koncentraci částic tvořících popílek ve výfukových plynech
- Poskytuje dlouhodobou ochranu motoru

**COYOTE LUBES 0W-20** je plně syntetický **Mid SAPS** motorový olej pro osobní automobily s benzínovými a naftovými motory. Je kompatibilní s nejnovějšími filtry pevných částic (DPF) a benzínovými katalyzátory. Poskytuje **vynikající ochranu** před opotřebením po celý interval mezi výměnami oleje.

- Aplikace v automobilech koncernu VW se specifikací 508 00 a 509 00.
- Nízká viskozita pro perfektní účinnost emisních systémů.
- Poskytuje dlouhodobou ochranu motoru.



[www.coyote.cz](http://www.coyote.cz)



IT'S EASY.

uvedla novou řadu chladicích kapalin Carlson Antifreeze Profi. „Kromě vysoké kvality produktu bych zmínil nové praktičtější balení kapaliny pro motoristy v takzvaném chytrém kanystru,“ popisuje obchodní ředitel Milan Demel. Nemrznoucí směs do ostřikovačů s vůní se nachází v patentovaném kanystru s ohebným hrdlem. Samotná směs obsahuje povrchově aktivní látky, které zaručují snadné odstranění nečistot, nepoškozuje plasty, pryže, polykarbonáty ani lak.

## Směsi jsou i nehořlavé

Výrazné zjednodušení nabídky se odehrálo v sortimentu chladicích kapalin společnosti DF Partner, kdy se v jedné kapalině nachází více specifikací stanovených pro chladicí směsi. „Sheron Antifreeze G12 Evo je růžová, nejmodernější a nejuniverzálnější multifunkční chladicí kapalina pro spalovací motory, hybridní vozy a nepřímé chladicí systémy bateriových elektrických vozidel s prodlouženou výměnnou lhůtou pěti let,“ prozrazuje marketingový ředitel Tomáš Skopový. Tato kapalina splňuje nejnovější normy VW TL-774 L (G12 Evo), je zpětně kompatibilní s předchozími specifikacemi VW TL-774 C/D/F/G/J (G11, G12, G12+/, G13) a stává se univerzální kapalinou pro všechny vozy koncernu VW (VW, Škoda, Audi, Seat atd.) a vozy dalších značek.

Chladicí kapaliny typu G12 Evo se používají jako prvonáplň chladicích systémů koncernu VW od poloviny roku 2019. Veškeré vozy na českém trhu nejzastoupenějších značek koncernu VW vyrobené od tohoto milníku mají předepsanou právě tuto kapalinu. „V průběhu měsíce října budeme uvádět speciální novinku, a to nehořlavou zimní směs do ostřikovačů,“ deklaru-

je Tomáš Skopový. Nová kapalina Sheron Special -18 °C má vysoký bod vzplanutí a splňuje požadavky na nehořlavost. Je určena pro ty, kteří mají omezení buďto ve skladovacích kapacitách hořlavých látek, nebo takové kapaliny do ostřikovačů nemohou z důvodu protipožárních nařízení nabízet vůbec. Týká se zejména čerpacích stanic se zákazem prodeje hořlaviny ve venkovních boxech.

## Co vše před zimou zkontrolovat

Podobně jako v případě aditiv, tak i u směsí do ostřikovačů je potřeba myslet dopředu. „V první řadě je třeba mít na paměti, aby se řidiči nedostali do situace, kdy jim dojde kapalina, což může způsobit vážné potíže. Dále doporučujeme vždy udržovat dostatečnou zásobu kapaliny do ostřikovačů s vhodným bodem tuhnutí. Pro dosažení optimálního výsledku by to měla být kapalina s nano efektem, která minimalizuje přilnavost vody na čelním skle,“ vyzdvihuje Lada Gadas. Jako vhodný výběr může posloužit jejich produkt Kapalina do ostřikovačů nano -25 °C, který by měl pokrýt potřeby po celou zimní sezonu na území Česka. „Vody do ostřikovačů pro zimní sezonu mají jiné složení, proto rozhodně nezamrzou. Vhodné je i mazat těsnění auta proti zamrznání, aby vlivem mrazu nepopraskalo nebo k sobě nepřimrzlo,“ zdůrazňuje Kateřina Hartlová.

## Aditiva patří do nafty i benzínu.

Společnost Filson dala dohromady několik doporučení, která by se měla před zimním obdobím dodržovat. Jde o to změřit hustotu chladicích kapalin motoru (bod tuhnutí); doplnit zimní kapalinu do ostřikovačů; v případě velmi nízkých teplot přimíchat aditivum do paliva a před zimou vyměnit palivový filtr (především u dieselových motorů); ošetřit pryžové části (těsnící gumové prvky dveří karoserie – prevence proti zamrznutí dveří) a ochránit karoserii (aplikace Balsamu či leštěnky s voskem).

## Kdy použít rozmrazovač a kdy škrabku

Speciální doporučení, jak nejlépe použít zimní směsi, nejsou. Pokud řidič aplikuje v zimě zimní a v létě letní kapaliny, nevystavuje se žádnému riziku. „Pro toho, kdo nechce riskovat, že by zapomněl, máme i celoroční kapalinu. Chladicí kapaliny ne-

ovlivňuje počasí, pouze je třeba je neředit, jak bylo zvykem v minulém století,“ konkrétně Martin Pavlíček.

Společnost DF Partner registruje časté diskuse, kdy použít rozmrazovač a kdy raději škrabku. „Ať už řidič vybere jakoukoliv z těchto možností, s naším sortimentem nešlápne vedle. Pokud si není jistý, kdy upřednostnit rozmrazovač před škrabkou, stačí se řídit jednoduchým trikem, který spočívá v tom, že na námraze stačí zkusit lehce škrábnout nehtem, a pokud jde snadno dolů, pak bude nejrychlejším řešením použití rozmrazovače na celé sklo. Stačí nastříkat Sonax rozmrazovač skel rovnoměrně na ošetřovanou skleněnou plochu a nechat jej chvíli působit. Rozpuštěnou námraze už následně stačí setřít,“ radí Tomáš Skopový. Jestliže námraza vytváří silnější vrstvu, měla by být použita škrabka na led a námraze. Stranou s vroubkou se námraza naruší a následně stačí sklo jednoduše dočistit obvyklým způsobem. „Zapomenout by se nemělo ani na to, že škrabka by měla být kvalitní a že je dobré mít po ruce k dispozici smetáček pro odstranění případného sněhu,“ informuje Lada Gadas. U starších modelů vozidel může být užitečný i rozmrazovač zámek.

## Pří sada vyseparuje parafín zpět do nafty

Společnost Filson pro následující období doporučuje prodávat kapalinu do ostřikovačů s nano efektem (Glacidet Penguin Lady 20 °C), v případě kapalin do chladicích systémů má novou řadu produktů Carlson Antifreeze Profi a pro ochranu karoserie to jsou produkty řady Auto-cleaner. K tomu Kateřina Hartlová dodává, že povrchy je dobré ošetřovat preventivně, aby se například na skle netvořila velká námraza. „Chladicí kapalina by se měla používat taková, jaká je schválená pro daný typ motoru, nenahrazovat například destilovanou vodou. Vozidlo nejlépe ošetřte konzervací voskem, nebo polymerem, oba tyto prostředky nabízí programy v naší zrekonstruované síti mycích linek v rámci celé České republiky,“ doplňuje Martin Pavlíček.

Produkt Sheron Diesel aditiv je multifunkční přísada do paliv dieselových spalovacích motorů určená pro zlepšení mechanických vlastností paliva (filtrovatelnosti) při nízkých teplotách. „Stěžejní funkcí aditivu je zapracování vyseparovaného parafínu zpět do nafty,“ vyzdvihuje Tomáš Skopový. Naopak pro benzinové motory je určen Sheron Aquafobin. Tato přísada do paliva zabraňuje vzniku mikrokrystallů ledu majících za následek zamrznutí přívodu paliva.

„Vhodné je myslet dopředu.“



Mnozí řidiči si neuvědomují, že když udeří první mrazy, je již na aplikaci aditiv do paliv mnohdy pozdě. Aby aditiva do benzínu či nafty byla správně účinná, je potřeba je do nich přidávat ještě před příchodem nízkých teplot.

**Tomáš Skopový,**  
marketingový ředitel,  
DF Partner



# Vyplatí se reflektovat NEJNOVĚJŠÍ TRENDY

**Benzinky se staly centrem mnoha služeb a aktivit pro motoristy, posádku automobilů a zákazníky z okolí. Proto by také její interiér i zázemí měly vypadat čistě, být atraktivní a efektivní, navíc splňovat určitá očekávaná kritéria.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Návrh a realizace čerpací stanice je složitým úkolem. Nejenže musí poskytovat vše, co její zákazníci očekávají, ale zároveň musí splňovat různá nařízení a normy. Navíc se často bojuje s místem. V případě volby tzv. zelené louky, kterých v posledních letech ubývá, si její majitel může dovolit vymýšlet a plánovat čerpačku k jeho spokojenosti. Avšak rekonstrukce té stávající skýtá mnohé výzvy. I s nimi však lze mnohé udělat.

## Snahou je omezit spotřebu energií

Čerpací stanice je dnes nejen místem k pořízení pohonných hmot, doplnění vzduchu do pneumatik a s možností auto vysát nebo umýt. Její interiér by měl ideálně nabízet možnost doplnit energii jak řidiči, tak posádce, a navíc nejen jim nabídnout třeba i nákup nejdůležitějších produktů denní potřeby. Zkrátka vybudováním obchodu to nekončí. Je

potřeba zákazníkům nabídnout, co uvítají, a poskytnout vhodný zákaznický zážitek. To potvrzuje i Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Benzina: „Čerpací stanice jsou dnes mnohem více než jen místa pro tankování paliva. Jsou multifunkčními prostory, kde spotřebitelé tráví výrazně více času než v minulosti. Kromě plnění nádrže hledají místo pro relaxaci, kde si mohou udělat krátkou přestávku u kávy nebo si pochutnat na jídle.“ Navíc rádi na svých cestách využívají relaxační zóny, dětská hřiště, Wi-Fi připojení a možnost dobíjení svých notebooků, mobilních telefonů, nebo dokonce elektrokol.

Čerpací stanice se neustále vyvíjejí. Proto se v nich objevují nové prvky, ať už se jedná o možnost využít zmíněnou elektrickou energii pro různá zařízení, tak dobítí elektromobilu. Dále to jsou různé prvky soběstačnosti, jako fotovoltaické elektrárny, odpadní vody, toalety a podobně. „Celkovým trendem je výrazně omezit spotřebu energií a bránit se nákladům, které souvisí s jejich rostoucími cenami.

Jinak se dá říci, že vybavení čerpací stanice je srovnatelné s jinými retailovými provozy,“ uvádí Martin Pavlíček, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

## Prostředí musí zaujmout

Síť čerpacích stanic Euroil se vyznačuje rozměrově malými obchody, které jsou však funkční. „Bodujeme zde díky tomu, že našim prostorům přizpůsobujeme zvolenou strategii. Vždy se totiž snažíme najít optimální řešení v každém konkrétním místě a přizpůsobit interiér podmínkám na dané pumpě. Pokud nám to situace dovolí, vytváříme i vnitřní a vnější posezení pro větší komfort zákazníků,“ vysvětluje Otakar Krejsa, vedoucí útvaru čerpacích stanic společnosti Čepro.

Podle Marka Dresslera, jednatele společnosti Plus Kontakt, je vhodné zákazníka na čerpací stanici zaujmout prostředím,

15

INZERCE

## Moderní čerpačky přijímají karty 24/7

**Vyberte si vhodné řešení přímo pro Vás:**

- Řešení pro pultový i bezobslužný prodej
- Stabilní systém akceptace platebních karet
- Možnost přijímat fleetové, stravenkové a benefiční karty
- Služba Multicurrency nebo DCC
- Zákaznická podpora 24/7

**Pokud již karty přijímáte, pošlete nám stávající výpisy z akceptace karet na: [corp-sales@kbsmartpay.cz](mailto:corp-sales@kbsmartpay.cz) a poradíme Vám, jak ušetřit.**



sortimentem a tím jej přimět, aby na ní strávil více času a udělal další impulzní nákup. „U našich zákazníků si všímáme, že se návštěvníky snaží zaujmout pohledným designem svých čerpacích stanic. Ať už se jedná o velké rekonstrukce nebo jen redesign obchodních prostor, vidíme, že se vše přizpůsobuje vlastní značce. Pro nás následně není problém připravit trezor se zadním vhozem skrz zeď, aby měla obsluha pohodlný přístup k bezpečnému uložení cenin. Barva podle vyžádaného vzorníku RAL je pro nás následně to nejmenší,“ komentuje Jakub Charvát, majitel společnosti Charvát. Jeho osobně následně potěší, když třeba jen náhodou zastaví s rodinou na čerpací stanici cestou na výlet a ani jeho rodina si nevšimne, že tam, kam zrovna obsluha odnášela peníze, je schovaný jejich trezor.

## Zvyšují efektivitu a snižují chybovost

Na čerpacích stanicích sítě Orlen Benzina je možné pozorovat trendové designové prvky, jako jsou jednoduché linie, přírodní materiály a harmonicky sladěné barvy, které vytvářejí příjemný a přehledný prostor. „V našich obchodech se samozřejmě dbá na to, aby zboží bylo v regálech vždy přehledně uspořádáno, což umožňuje zákazníkům rychle a snadno najít to, co potřebují,“ specifikuje Lada Gadas. Kromě toho zavedli cenové tabule na LCD monitorech, na kterých zobrazují nabídku občerstvení a aktuální promoční akce. V regálech rovněž začínají používat elektronické cenovky.

Ty jsou podle Jána Herdy, CEO společnosti NOV, nezbytným prvkem v oblasti bezobslužného a automatizovaného prodeje: „V obchodních prostředích, kde je minimální personál nebo není vůbec, mohou elektronické cenovky zajistit aktuálnost cen a ostatních informací. To zjednodušuje provoz, zvyšuje efektivitu a odstraňuje míru chyb.“ V dnešní době, kdy rychlost a flexibilita jsou klíčovými faktory úspěchu v obchodě, podle něho elektronické cenovky nabízejí obchodníkům všechny potřebné nástroje k tomu, aby úspěšně konkurovali na trhu. „S jejich pomocí můžete dynamicky měnit ceny, komunikovat se zákazníky a automatizovat váš obchodní proces,“ dodává.

„Jako novinku jsme na našich stanicích nainstalovali samoobslužné objednávací kiosky, které zákazníkům usnadňují výběr a objednání jídla a nápojů. Na našich stanicích totiž stále více prostoru zaujímá samotná příprava pokrmů,“ uvádí Lada Gadas. K přípravě využívají čerstvé suroviny a v souladu s aktuálním trendem se

## „Jde o zásadní součást moderního obchodu.“



Dynamická změna cen během doby prodeje se v obchodním světě stává běžnou realitou. S rostoucí konkurencí a změnami spotřebitelských preferencí je nezbytné být flexibilním a schopným přizpůsobit ceny rychle a efektivně. Právě v tomto kontextu hrají klíčovou roli elektronické cenovky. Umožňují on-line responzivitu vaší obchodní strategie přímo v místě prodeje. Nejde jen o to, že můžete měnit ceny v reálném čase na základě poptávky a nabídky, ale také personalizovat ceny a ostatní informace důležité pro různé skupiny zákazníků.

Přímo v místě prodeje poskytujete zákazníkům důležité informace, jako jsou slevy, nové produkty nebo jiné akce, původ, složení či informace ze zdravého světa. To znamená, že vaši zákazníci budou vždy informováni a mohou rychle reagovat na nabízené výhody a vlastnosti produktů.

**Ján Herda, CEO, NOV**

nebojí tento proces otevřeně předvést zákazníkům, kteří tak mohou průběh přípravy pokrmů přímo sledovat.

## Zachována by měla být vzdušnost

Interiér čerpacích stanic se přitom velmi rychle přibližuje tomu, který je znám z maloobchodu. „Tam, kde se tak ještě nestalo, je navíc zapotřebí rozšířit prostor pro kávové koutky, čerstvou nabídku a vytvořit v nich příjemné prostředí s posezením,“ hodnotí Marek Dressler. Jen tak je možné držet krok nejen s jasným trendem, ale i konkurencí. „V samotných prostorech je samozřejmě veliký rozdíl. Zatímco prostor klasické prodejny je koncipován pro širokou škálu produktů a komplexní nákup, prostor čerpací stanice je primárně využíván k rychlému občerstvení. Tedy k doplnění tekutin, pro rychlou svačinu, či k nákupu sladkostí nebo kávy,“ poodkrývá Jakub Petráš, senior project manager společnosti Dago. Zároveň je zde jistý časový tlak. Z toho důvodu je nutné opravdu efektivně zjednodušit nákupní rozhodování a zkrátit cestu k produktu na minimum.



Na některých stanicích Orlen Benzina mají omezený prostor, proto je nezbytné pečlivě promyslet, kolik a kde umístí regálů. Zákazníci navíc chtějí snadno najít správné kategorie i zboží, a provozovatelé by zároveň měli záležet na zachování přehlednosti, vzdušnosti a celkově příjemné atmosféry. „Interiér čerpaček je pro nás specifický tím, že je zde ve velké míře neomezený provoz a existuje na nich i výrazně větší fluktuace personálu. Pro nás je provoz na čerpačkách skvělým způsobem, jak otestovat náročný fungování našich mechanismů, které pro tento typ provozů nemusíme nijak zvlášť upravovat, a proto vidíme, že naše výrobky jsou skutečně kvalitní i ve standardním provedení,“ dodává Jakub Charvát.

## Technika má obsluhu pomáhat

Součástí návrhu interiéru může být integrace na řídicí systém napojené recyklační pokladny do prodejního pultu. Díky ní obsluha nepřijímá hotovost od zákazníka, ale recyklační pokladna je integrována do prodejního pultu, směrem k zákazníkovi a platící zákazník vkládá bankovky a mince do ní. „Pokladna vložené částky přijme, přepočítá a zároveň zpět vrátí jak bankovky, tak mince zákazníkovi,“ konstatuje Ivo Červený, senior account manager společnosti Unicode Systems.

Použitím této recyklační pokladny získává provozovatel řadu výhod. Obsluha čerpací stanice nepřijde s „bankovkami a mincemi z oběhu“ do přímého kontaktu. Zaměstnanci jsou chráněni proti přenosu bakterií a virů. Bezpečnost na čerpací stanici je podpořena okamžitým uložením hotovosti uvnitř recyklační pokladny, bez možnosti přístupu obsluhy. Samotné zařízení již preventivně odrazuje případ-





ného pachatele od loupežného přepadení. Vracení hotovosti je naprosto přesné. Obsluha je chráněna před stresovými situacemi, pokladna zabrání častým početním chybám, chrání před lidskou chybou i podvodníky měnícími hotovost na čerpací stanici. Platba je přitom vyřízena velmi rychle a přesně. Obsluha se nezdržuje výběrem a počítáním bankovek a mincí při vrácení.

## Nezbytný servis

Nebezpečí přijetí padělků a poškozených bankovek je díky samoobslužným recyklačním pokladnám minulostí. Pokladna odmítne nestandardní a nepřijatelně poškozené bankovky. A protože zaměstnanec nepracuje s hotovostí, může se plně věnovat obchodní činnosti a péči o zákaz-

níka. Předání směny znamená pouze odhlášení a přihlášení v pokladním systému. Hotovost se nemusí přepočítávat u pokladny čerpací stanice ani v zázemí. Tržba je uložena v odvodové kazetě, kterou lze předat svozové agentuře, případně hotovost bezpečně vyjmout a připravit v zázemí provozovny například do bezpečnostního sejfu pro odvoz do banky.

„Za naši rodinnou společnost, která v Česku vyrábí trezory už od roku 1995, si všímáme, že jedním z častých důvodů výměny staršího vybavení jsou problémy s výrazným opotřebením, anebo nedostupný servis značek, které třeba ukončily provoz a nadále je údržba takových trezorů ekonomicky neudržitelná,“ upozorňuje Jakub Charvát. Rovněž často vidí období, kdy se čerpadláři snaží dohonit nebo dokonce vytvořit nadčá-

sový design svých interiérů tak, aby byli schopni nabídnout vedle přívětivého prostředí pro zákazníky i bezproblémový provoz, který nebude zatěžovat agendu jednotlivých provozovatelů.

## Signálem je nefunkčnost vybavení

Zásadní je odpověď na otázku, kdy nastal čas na změnu interiéru? „Je to v době, kdy si zákazník koupí kávu nebo občerstvení a odejde vše konzumovat do auta,“ shrnuje Marek Dressler. Podle společnosti Dago je to dokonce úkol, který je nutné řešit neustále. „V tomto oboru je velké konkurenční prostředí a spotřebitelé vyžadují velmi vysoký standard, dávno převyšující základní potřebu pro nákup pohonných hmot,“ specifikuje Jakub Petráš. Nejčastěji se to pozná tak, že konkurence je napřed. „Prostředí čerpací stanice musí působit čistě a upraveně, ve chvíli, kdy samotný exteriér či interiér odrazuje od zastávky či nákupu, je na čase zvážit alespoň dílčí úpravy či rekonstrukce,“ zmiňuje Martin Pavlíček.

Vhodný okamžik pro změnu je tak vlastně vždy. Jiným slovy, nikdy není pozdě něco změnit. Nové trendy se neustále objevují, a pokud to finance dovolují, je vhodné neustále inovovat. „Snažíme se neustále vylepšovat naše prodejny tak, aby reflektovaly nejnovější trendy, což zahrnuje kombinaci komplexní, ale přehledné nabídky, rychlý servis a možnosti pro delší odpočinek. Samozřejmě, jasným signálem pro změnu je i poškození nebo nefunkčnost vybavení,“ uzavírá Lada Gadas.

# NOV ESL SOLUTION PROVIDER

Robte aj vy dynamické zmeny cien počas doby predaja!



SCAN ME



[www.elektronickecenovky.sk](http://www.elektronickecenovky.sk)

Kontaktujte nás: Telefón: + 421 903 239 012

E-mail: [obchod@nov.sk](mailto:obchod@nov.sk)



# ELEKTROMOBILITA nabírá na rychlosti

**V rámci paliv a služeb, které provozovatelé čerpacích stanic nabízejí, čelí neustálým změnám a trendům. Vývoj nových druhů a postupující zavádění emobility pokračuje rychlým tempem, proto je klíčové být otevřen novinkám a reagovat na potřeby zákazníků. Zlepšování zážitku z tankování a nabízení inovativních služeb může pomoci udržet čerpačku konkurenceschopnou a pro zákazníky atraktivní.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

V posledních letech se paliva čím dál tím více potýkají s regulací emisí, ochranou životního prostředí a bezpečností. Do toho se blíží zavedení nové emisní normy Euro 7, na které nepanuje souhlas napříč odvětvími a státy, a stále není jasné, jaká pravidla přinese. „Pokud jde o kvalitu nabízených produktů, zde k žádným změnám v poslední době nedošlo. Stále se mluví o zavedení E10, ale zatím nedošlo k legislativní úpravě tímto směrem. V budoucích letech bude sortiment paliv ovlivněn především požadavky plynoucími z legislativy,“ uvádí Otakar Krejsa, vedoucí útvaru čerpacích stanic společnosti Čepro. Kromě toho roste počet automobilů poháněných na elektřinu. Ty bateriové musí někde na svých cestách nabíjet. Pokusy se provádějí rovněž s těmi, které jako svoji energii používají vodík.

## Počet vodíkových stanic stoupá

Poté, co rafinérská a petrochemická skupina Orlen Unipetrol uvedla letos v březnu do provozu první veřejnou vodíkovou stanici v Praze na Barrandově, přidala k ní v létě druhou. Je umístěna na čerpací stanici Orlen Benzina v Záluží u Litvínova a má stejné parametry jako ta první. „Budujeme veřejně dostupné a plně samoobslužné vodíkové stanice pro automobily, nákladní vozidla a autobusy, které jsou v nonstop provozu a u kterých probíhá plnění vozidel stejně jako při doplňování klasických pohonných hmot,“ sděluje Tomáš Herink, člen představenstva skupiny Orlen Unipetrol. Budování vodíkové infrastruktury je v souladu se strategií bezemisního roz-

voje polské skupiny a navazuje na unijní a národní priority v oblasti rozvoje veřejné infrastruktury pro čistou mobilitu.

„Naším cílem je vyrábět až 130 tisíc tun obnovitelného vodíku ročně. Do konce tohoto desetiletí počítáme se zřízením více než 100 vodíkových čerpacích stanic po celé střední Evropě v rámci sítě Orlen pro potřeby osobní, veřejné i nákladní dopravy, přičemž téměř třetina z nich bude umístěna v České republice,“ říká Daniel Obajtek, generální ředitel a předseda představenstva PKN Orlen. A dodává: „Otevření další vodíkové stanice v České republice je dalším významným krokem v rámci projektu Hydrogen Eagle, který je navržen tak, aby zajistil dostupnost vodíkového paliva v dopravních koridorech Sever–Jih a Východ–Západ. Vybudování sítě vodíkových stanic je zásadním krokem v poslání skupiny Orlen dosáhnout klimatické neutrality skupiny a zároveň podpořit energetickou transformaci našeho regionu.“

## Trh si může vybrat

„Mobilitu čekají v příštích desetiletích velké změny. Trendem bude zejména elektromobilita, ale musíme zůstat otevření i dalším možnostem, mezi které vodík bezesporu patří. V rámci Operačního programu Doprava 3 jsme nově podpořili výstavbu dalších šesti vodíkových stanic, které v následujícím období vzniknou v Praze, Ostravě, Brně a v Napajedlech,“ upřesňuje ministr dopravy Martin Kupka.

Svou vodíkovou plnicí stanicí otevřela rovněž společnost Čepro. Umístěna je ve skladu Mstětice u Prahy, kde od května slouží nejen pro plnění všech typů vodíkových vozů, ale i pro výzkumné a testovací účely vybraným zákazníkům a zájemcům z komerční, odborné a akademické sféry. Je vybavena dvojicí plnicích pistolí pro plnění tlakem 350 bar a tlakem 700 bar, které umožní plnit všechny typy vodíkových vozidel, včetně osobních, nákladních, autobusů a také například vysokozdvíž-



ných vozíků. Zařízení bude obsluhovat proškolený personál Čepro ze skladu. „Pokračujeme v našich strategických plánech, kdy chceme trhu nabízet klasická fosilní i alternativní paliva. Zprovoznění vodíkové plnicí stanice vnímáme jako další posun k ekologicky šetrnější budoucnosti,“ říká k záměru Jan Duspěva, generální ředitel společnosti Čepro, která se soustředí i na výstavbu dobíjecích stanic.

Vodík se používá jako palivo pro vozidla s palivovým článkem (FCEV). V něm je vodík přeměněn na elektrickou energii, která je uložena do baterie a následně využita k pohonu vozidla elektromotorem. Odpadním produktem přeměny vodíku na elektřinu je voda a díky tomu se jedná o ekologické řešení budoucnosti dopravy. Podle společnosti Čepro vozidla s vodíkovým pohonem, v porovnání s bateriovými elektroauty, nabízejí delší dojezd, který není ovlivněn povětrnostními podmínkami, jako je například nízká venkovní teplota. Výhodou je rovněž proces plnění, velmi podobný tankování standardních vozidel na fosilní paliva. Plnění vodíkového vozidla je méně časově náročné než dobíjení elektroauta. Počet vodíkových stanic ve světě se postupně zvyšuje.

## Dodavatelský řetězec je napjatý

Společnost MOL Česká republika v minulém roce uvedla na trh inovovaná paliva MOL Evo s novou aditivací, která čistí motor, zvyšují výkon a snižují emise. Dále začala nově nabízet závodní benzin Evo Racing 102,5 plus, který již rozšířila na osm čerpacích stanic, a nachází si velkou oblibu u majitelů supersportů, autotunerů a amatérských hobby závodních řidičů.

„Celkové prostředí logistického řetězce je velmi napjaté, s tlakem na zvyšování cen. Aktuální výjimka na dovoz výrobků z ruské ropy končí v prosinci letošního roku a v případě jejího neprodloužení se dá očekávat silný růst cen pohonných hmot na přelomu roku. Vzhledem k nedokončeným projektům na zkapacitnění logistického a výrobního řetězce tento problém může přetrvávat až do roku 2025, kdy budou dokončené investice, které mohou situaci opět pomoci uklidnit,“ hodnotí tiskový mluvčí Martin Pavlíček.

Čerpací stanice Orlen Benzina nadále poskytuje na všech benzinkách základní

„Prodeje paliv rostou.“



Po postcovidovém oživení ekonomiky se opět zvýšila spotřeba paliv. Avšak v minulém roce byla tato poptávka narušena bezprecedentními cenovými výkyvy, které byly důsledkem válečného konfliktu na Ukrajině a s tím spojeným turbulentním makroekonomickým vývojem. V letošním roce se však situace v oblasti osobní mobility ustálila a naše prodeje paliv zaznamenávají růst.

**Lada Gadas,**  
tisková mluvčí, Orlen Benzina

aditivovaná paliva Efecta, která disponují vysokou čistící účinností na motorovou soustavu. Téměř 80 % stanic také nabízí prémiová paliva Verva s maximálně vylepšenými výkonnostními parametry.



# NOVĚ OTEVŘENO

POHODLNĚ NATANKOVAT, ALE I NAKOUPIT PŘI JEDNOM ZASTAVENÍ!  
NOVĚ NA ČERPACÍCH STANICÍCH OMV PRAHA, STRAKONICKÁ A OMV PRAHA, ARGENTINSKÁ.



# PLNÁ DIGITALIZACE DAT přináší jasné výhody

**Elektronická výměna dat (EDI) je nedílnou součástí moderního podnikání, a to i pro provozovatele čerpacích stanic. Umožňuje totiž v elektronické formě vyměňovat důležité obchodní informace, místo použití tradičního papírového a manuálního zpracování. Navíc dohlíží na vše potřebné.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

V dnešním digitálním světě je EDI stále více považováno za standard v podnikání. Pokud má být udržena konkurenceschopnost a zlepšena efektivita provozu benzinky, měla by být zvážena implementace EDI jako strategického nástroje pro obchodní operace. Elektronická výměna strukturovaných dat, zejména obchodních a logistických dokumentů, přímo mezi systémem výrobce zboží a retailovým partnerem nebo logistickým operátorem. Zabezpečená automatizovaná komunikace probíhá za využití mezinárodních standardů a její přidanou hodnotou je optimalizace obchodních a logistických procesů s partnery.

## EDI zefektivní celý proces

Pomůže to nejen ušetřit čas, peníze, ale i zlepšit obchodní vztahy. S EDI lze rychle a efektivně vyměňovat faktury, objednávky, potvrzení a další dokumenty s dodavateli a zákazníky. To znamená méně času stráveného ručním vytvářením, odesláním a zpracováváním dokumentů. Manuální procesy jsou navíc náchylné k chybám, zatímco EDI umožňuje automatizovanou výměnu dat, což minimalizuje riziko zaměstnaneckých chyb při zadávání informací. Implementace EDI v počáteční fázi znamená určité investice do technologie a školení zaměstnanců, ale dlouhodobě může ušetřit peníze na papíru, tisku, ruční práci a výrazně snížit chybovost. Navíc může pomoci s dodržováním regulací dat a vyhnout se pokutám za nedostatečnou dokumentaci. EDI generuje digitální stopu obchodní komunikace, respektive provádí analýzy dat a získá cenné informace pro strategické rozhodování.

„EDI obecně dokáže přinést zefektivnění a provázání procesů objednání zboží, jeho příjmu a následné zpracování fakturace od dodavatelů. V případě čerpacích stanic může být další výhodou auto-

matizace příjmu zboží, které je zaváženo do prodejny napřímo, tedy zejména čerstvého zboží s krátkou dobou expirace, jako jsou sendviče a bagety,“ vyzdvihuje David Reichel, solution architect společnosti Grit. Pokladní systémy tyto pokročilé funkce neplní. Ale zároveň je nutné si uvědomit, že EDI pokladní systémy nenahrazuje, nýbrž s nimi funguje v synergii.

## Data jsou strukturována a standardizována

Digitalizace je v 21. století velmi potřebná záležitost, což si uvědomuje stále více společností. „I v naší firmě po dlouhé době začínáme digitalizovat. Elektronická výměna dat je první z řady projektů, na kterém začínáme pracovat. Při takovém objemu faktur, které zpracováváme, nám zavedení EDI do našich systémů ušetří stovky hodin práce měsíčně, sníží se chybovost a tak dále,“ uvádí Jiří Ondra, spolumajitel společnosti Tank Ono. Pokud někdo vlastní, respektive provozuje jednu čerpací stanicí, objem práce, který

se ušetří díky EDI, nebude tak dramatický. Ale při větším provozu to je v dnešní době základ. „EDI nám pomáhá řešit kontakt s dodavatelem suchého zboží, automatizuje faktury a odbourává administrativu. V minulém roce jsme v rámci EDI začali řešit už i objednávky,“ deklaruje Martin Pavlíček, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

Data v EDI jsou strukturována podle předem dohodnutých standardů a ve formě zpráv následně elektronicky automaticky přenášena bez přispění člověka. Běžně se jako EDI rozumí specifické metody výměny zpráv, jež byly dohodnuty na úrovni národních nebo mezinárodních standardizačních společenství pro přenosy dat o obchodních transakcích. Ačkoliv to může být poněkud nečekané v době služeb založených na XML, internetu a WWW, je EDI stále nejpoužívanějším datovým formátem pro elektronické obchodní transakce na světě.

## Implementace není složitá

EDI si najde využití jak v případě zasílovaných benzinek, tak i pro ty jednotlivé. „Čerpací stanice jsou obvykle provozovány v rámci jejich řetězce, kdy jsou vybaveny jednotným pokladním systémem spojeným s centrálou. EDI komunikace se proto obvykle řeší na úrovni centrály a z pohledu čerpací stanice se vlastně jedná o rozšíření možností pokladního systému a s EDI se setkává pouze na uživatelské úrovni,“ vyzdvihuje Milan Mikula, solution manager společnosti Editel CZ. Z pohledu centrály je buď možno EDI řešení provozovat vlastními silami, s připojením na komunikační síť pro EDI, nebo využívat řešení formou komplexní služby od EDI poskytovatele. Velmi důležitou otázkou je však zmíněná úzká integrace s pokladním systémem.

Na to, jak integrovat a konkrétně řešit EDI na čerpačkách, neexistuje jednoznačná unifikovaná odpověď. Vždy záleží na typu účetního a pokladního softwaru, popřípadě dalších systémů, které jsou ve firmě přítomné. „Pokud někdo využívá software pouze od jedné společnosti, bude integrace jednoznačně jednodušší, než když se používá software od více firem. Tím že je

„Elektronizovat lze celý proces.“



Datová výměna přináší čerpací stanicí elektronizaci a automatizaci komunikace s dodavateli. Díky tomu se může personál více věnovat své hlavní činnosti, tedy obsluze zákazníků a neřeší například manuální zadávání dodacích listů při příjmu zboží do prodejny. Toto řešení představuje nadstavbu pro pokladní systém, protože tyto oblasti běžně pokladní systémy pro čerpací stanice neřeší. V současnosti je možné plně elektronizovat obchodní proces od objednávky přes dodací list až k elektronické faktuře.

**Milan Mikula,**  
solution manager, Editel CZ



EDI komunikace legislativně ošetřená, tak integrace nemusí být noční můrou, jelikož de facto existují manuály, jak naprogramovat její akceptaci do stávajících softwarů," zmiňuje Jiří Ondra.

## Rychlé zapojení do elektronické výměny dokladů

V případě čerpacích stanic není nutné vybírat specifické řešení EDI, protože se z tohoto pohledu jeho způsob provozu neliší od jiných segmentů trhu, jako jsou například FMCG nebo e-commerce. „Největší rozdíl v integraci vychází ze samotných modelů fungování čerpacích stanic. Proces objednání a příjmu si obvykle čerpací stanice řeší samy. U zpracování faktur mohou být rozdíly, protože u větších

sítí probíhá jejich zpracování centrálně," popisuje David Reichel. Menší (nezávislé) čerpací stanice si veškerou agendu včetně fakturace mohou řešit samy.

## EDI ušetří dlouhé hodiny práce.

Oba tyto modely moderní EDI služby podporují a díky tomu lze velmi efektivně kombinovat i různé varianty. Jeho efekty a přínosy může využít jak provozovatel nebo vlastník jedné čerpací stanice, tak i síť nebo franšízy, kde jsou například centrálně likvidovány faktury pro více provozoven. Podle Davida Reichela lze díky EDI zajistit rychlé zapojení dodavatelů do elektronické výměny dokladů a pokrýt specifika zasílání různých dokladů do provozovny nebo centrály.

## Prosazují se nové typy

V poslední době si zejména čerpací stanice v řetězcích uvědomily, jaké výhody EDI jejich byznysu přináší. „U nich tedy postupně dochází k implementaci. V současnosti si tím prochází například čerpačky značek OMV a Orlen Benzina. V obou případech je využito synergie s prostředím FMCG, kde je EDI již řadu let naprostým standardem. Z pohledu čerpacích stanic se tedy využívá již existujícího a zavedeného prostředí na straně dodavatelů," prozrazuje Milan Mikula.

EDI se však musí nadále vyvíjet, protože podléhá moderním trendům obchodování. Společnost Grit v poslední době implementuje u svých zákazníků nové typy EDI zpráv, které slouží k zefektivnění dalších obchodních procesů. Jako příklad lze zmínit vzrůstající oblibu využití zprávy ORDRSP (potvrzení objednávky), již dodavatel potvrzuje odběrateli, které položky z objednávky dodá, co nedodá, případně co změní. Dalším příkladem je zavádění zprávy INVRPT (přehled o stavu zásob), pomocí které může odběratel informovat své dodavatele o aktuálním stavu zásob, lépe plánovat celý proces objednání a dodání zboží a v důsledku toho předcházet vypadku zboží v prodejnách. „U některých společností sledujeme i obrácené využití INVRPT, tedy zasílání přehledu o stavu zásob dodavatelů odběrateli," zmiňuje David Reichel. Nicméně se nejedná o žádné převratné novinky, ale o nový trend využívání pokročilejších EDI zpráv, které již delší dobu existují.

# SNIŽTE PROVOZNÍ NÁKLADY VAŠÍ ČERPACÍ STANICE A ZBAVTE SE PRÁCE S DOKLADY

## Odstraňte papírové procesy

O rutinní administrativní práci se za vás postarají naše řešení. Zbavíte se ručního přepisování dokladů a chyb. Činnosti, kterými běžně trávíte desítky minut, s námi vyřešíte za pár sekund.



## Zjednodušte si práci s doklady

Zjednodušte odesílání, přijímání, tvorbu a kontrolu všech dokladů, které si s dodavateli vyměňujete. A spravujte je z jednoho rozhraní.





## FUNKČNÍ POTRAVINY

### Mana Lime Cake a Berries. Ideální jídlo na cesty ve dvou nových příchutích.

Sladké dezertní pohazení cheesecaku s povznášejícími tóny limetky.  
Chutná jako dortík, je to ale plnohodnotné jídlo.

Borůvky, ostružiny, maliny, jahody... Berries potěší magickou symfonií lesních plodů.  
Navíc dodá antioxidanty ze skupiny antokyanů.

✉ Heaven Labs s.r.o.  
Modletice 194  
Modletice  
@ b2b@mojemana.cz  
www.mojemana.cz

MANA



## ENERGETICKÉ NÁPOJE

### HELL A.I. – první energetický nápoj vyvinutý umělou inteligencí

Energetický nápoj „HELL A.I.“ od Hell ENERGY je první energetický nápoj kompletně vytvořený umělou inteligencí. Každý prvek nové příchutě, přísně vybrané ingredience, design a dokonce i marketingové prvky vyvinula AI.

Nápoj s osvěžující příchutí Tutti-Frutti & Berry- blast je k dispozici ve stylovém balení, s obvyklým obsahem 32 mg/100 ml kofeinu a 5 druhů vitamínů skupiny B. Je bez konzervačních látek a v nekonečně recyklovatelné hliníkové plechovce.

✉ HELL ENERGY Drinks Czech s.r.o.  
Pobřežní 620/3  
186 00 Praha 8  
☎ +420 720 757 607  
@ info.cz@hellenergy.com  
www.hellenergy.com/cs



## VYBAVENÍ

### Nový pokladní a informační systém OctoPOS3 pro čerpací stanice

OctoPOS3, komplexní řešení pro čerpací stanice, a nejen pro ně. Moderní pokladní a informační systém, který řeší všechny potřeby malých, středních a velkých čerpacích stanic a jejich přidružených provozů.



✉ OCTO-TECHNOLOGY – divize společnosti YOUR SYSTEM  
Türkova 2319/5b  
149 00 Praha 4  
☎ +420 727 844 251  
@ info@myocto.cz  
www.octo-technology.cz

## NEALKO

### Tonik ORIGINAL Příchuť JALOVEC & CITRON 310 ml PET

Ryze český tonik, vyroben dle vlastních originálních receptur výhradně z kvalitních přírodních surovin bez použití umělých přísad.

Vyladte se s našimi toniky do pohody a užijte si jejich jedinečnou chuť!



✉ SNOWBALL s.r.o.  
Bukovanská 416/3  
779 00 Olomouc  
☎ +420 730 825 372  
@ tomk@snow-ball.cz  
www.bohemasca.cz

## SLANÉ POCHUTINY

### Pečené a křupavé snacky od slona!

Slon Manola přináší k oblíbeným a dokonale tenkým Dupetkám další do křupava pečenou novinku. Jedinečně vytvořené Twistky jsou ideálním slaným snackem pro mlsání bez výčitek. Jsou vyrobené z přírodních ingrediencí, bez umělých příchutí, barviv a konzervačních látek. Stejně jako Dupetky, přináší Twistky nevsední chuťový zážitek. Ochutnat je můžete ve třech unikátních příchutích: mořská sůl a med, rajčata a kmín a karamelizovaná cibule.

Tak neváhejte a objevte s námi i vy jedinečné slané snacky od slona Manola!

✉ Perfetti Van Melle Czech Republic s.r.o.  
Tomíčkova 9  
148 00 Praha 4  
☎ +420 244 466 500  
@ info@cz.pvmgrp.com  
www.perfettivanmelle.cz/znacky/twistky



## VYBAVENÍ

### Jeden systém, jeden dodavatel, jedna podpora

Dodáváme kompletní řešení pro centrálně řízené automatické 24/7 prodejny. Součástí produktu B.O.S.S. Automatic jsou veškeré komponenty potřebné pro nonstop provoz bez obsluhy včetně modulu pro řízení vstupních dveří nebo chytrého kamerového systému.

✉ P.V.A. systems s.r.o.  
Lipová 14  
301 00 Plzeň  
☎ +420 377 540 243  
@ info@pvasystems.cz  
www.pvasystems.cz



KONGRES

ČERPAČKA

11

ROČNÍK 2023  
- PRAHA -

7  
PROGRAMOVÝCH  
BLOKŮ

70 %

ÚČASTNÍKŮ Z ŘAD  
ZÁSTUPCŮ  
ČERPAČÍCH STANIC

# VE ZKRATCE

ABY VÁŠ BYZNYS  
NEBYL JAKO  
NA HORSKÉ DRÁZE

PUŠŤTE SI ZVUKOVÝ ZÁZNAM  
DISKUSE NA TÉMA  
FIT FOR 55 →





## DĚKUJEME:

### ZLATÝ PARTNER:



### STŘÍBRNÝ PARTNER:



### BRONZOVÍ PARTNEŘI:

AutoMax



eurodata

KODAP

NEFA

Qerko



uniCODE SYSTEMS

UNOX

MONIN

### PARTNER KÁVY:



### PARTNER NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJŮ:



### SPECIÁLNÍ PARTNEŘI:



### PARILLASOUND



### PARTNER TRÍDENÍ:

EKO KOM

### ODBORNÍ PARTNEŘI:

NIQ

POP AI CENTRAL EUROPE

### MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:

EDI Zone

PROJEKT ČERPAČKA

ZBOŽÍ & PRODEJ

### ZÁŠTITA:



### ORGANIZÁTOR:

Atozretail

### 9.00 Podpora partnerů

Účastníky pozdravil zástupce zlatého partnera kongresu Jiří Winkelhöfer, ředitel jednotky obchodu Rafinerie společnosti Orlen Unipetrol RPA.



### 9.15 Zástupce vlády



Úvodní slovo patřilo ministru dopravy České republiky Martinu Kupkovi.

### 10.00 Fit for 55

Aktuální evropské požadavky na auta a pohonné hmoty byly tématem diskuse, které se zúčastnili (zleva): Jiří Hájek, ředitel a předseda představenstva Orlen UniCRE, Jan Bezděkovský, pověřenec ministra dopravy pro čistou mobilitu, a Ivan Indráček, předseda představenstva SCS – Unie nezávislých petrolejářů ČR.



### 11.00 Nefornální diskuse

Během přestávek byl čas i na individuální rozhovory. Například Ivan Indráček, předseda představenstva SCS – Unie nezávislých petrolejářů ČR, si vyměnil názory s dalším z prezentujících, Boršem Tomčiakem, analytikem a zakladatelem společnosti Finlord.



### 11.30 Kávová vzpruha



Kávu nejenom o přestávkách připravovali zástupci společnosti Dallmayr Vending & Office.

### 12.30 U stánků

Všechny stánky partnerů byly využity k prezentaci novinek i ověřených stálých jejich portfolia.



### 14.30 Kontakty



Prostory kongresu poskytovaly ideální místo pro navazování nových a utužování stávajících kontaktů.

### 15.00 Komunikace

Jak komunikovat aneb proč si nerozumíme. To bylo téma velice vřele přijaté přednášky herečky, moderátorky a lektorky komunikace Simony Babčákové.



### 16.00 Děkuje a na shledanou v září!

Závěr celodenního odborného programu patřil oblíbené tradiční tombole. K taškám se vzorky a informačními materiály si vylosovaní účastníci na cestu vzali i cenné dary.



# TAK ŠEL ČAS

JDĚTE PŘÍMO NA:



CESTA K DALŠÍM FOTOGRAFIÍM





## SÁZKA na gastro provoz SE VYPLATÍ

**Jak dnes řešit nabídku občerstvení na čerpací stanici a má smysl pro každého, i pro malého provozovatele? Jakou inspiraci si mohou vzít z retailu, kaváren a restaurací? Na co se zaměřit a čeho se naopak vyvarovat? Odpovědi na tyto otázky hledala panelová diskuse na 11. kongresu Čerpačka.**

Čerpací stanici bereme stále především jako místo, kam jezdí zákazníci hlavně natankovat pohonné hmoty. V budoucnu ale může být ono čerpání pohonných hmot až druhotnou nákupní misí. Svět i zákazník se dramaticky mění a provozovatelé musí neustále přemýšlet nad tím, jak zajistit, aby se zákazníci vraceli. A rozhodně nejen pro pohonné hmoty.

### Skladbu nabídky definuje rychlost

„Klientela na našich čerpacích stanicích je obrovská, přijede k nám každý – ženy, muži, děti, mladší, starší, zkrátka všichni,“ otevírá téma Stanislav Zukal, specialista pro gastronomii společnosti Orlen Benzina. Skladba nabízeného sortimentu a služeb pak samozřejmě záleží na tom, kde se benzinka nachází a také kolik má k dispozici místa. Nabídku rozhodně definuje rychlost. „Zhruba dvě minuty potřebuje zákazník na tankování pohonných hmot, s dobrou technologií máte za dvě minuty hotový hotdog. Ten patří v tuzemsku ke zlaté klasice rychlého občerstvení, protože i když všichni říkají, že ho nejí, nakonec si ho všichni koupí,“ dodává Stanislav Zukal. Ve světě je podle něj už gastronomická nabídka na čerpacích stanicích naprosto běžnou záležitostí, tuzemské benzinky ovšem historicky nebyly na takový typ služeb vybavené. Potenciál je podle něj ale velký: „Na dálniční benzince téměř vždy zastavíte, často ani netankujete, ale jdete si koupit nějaké občerstvení. Ani Češi už si s sebou na cesty nechtějí vozit řízky.“

### Za zkoušku to stojí

„Sázka na gastro provoz se určitě vyplatí, pokud ho tedy ještě nemáte a uvažujete o něm, běžte do toho,“ vyzval účastníky kongresu Čerpačka Jan Semotán, head of retail společnosti MOL Česká republika.

A dodal: „Potřebujete samozřejmě lidské, prostorové a technické zdroje, ale vyplatí se to.“ V porovnání s dalšími zeměmi Evropy, kde skupina MOL podniká, je právě tuzemsko v otázce gastronomie významně rostoucí. Subjekt používá pro své čerpací stanice už několik let název servisní stanice a Jan Semotán vysvětluje proč: „Souvisí to s trendem, který je nepřehlédnutelný. Je zřejmé, že do budoucna stále více lidí bude méně tankovat, ale na svých cestách budou vždy hledat servis. Místo, kde se zastaví, odpočinou si, zajdou na toalety, dají si něco dobrého, a pak budou pokračovat v cestě dál.“

Čerpací či servisní stanici navštěvují opravdu všichni zákazníci. V otázce, co nabízet v konkrétní lokalitě, ale hraje roli její umístění. „Rozlišujeme dálniční, městské a regionální pumpy a každá z nich potřebuje trochu něco jiného,“ říká Jan Semotán. Zatímco na dálničních nesmí chybět hotová, teplá jídla, na městských pumpách se více daří rychlému občerstvení, jako jsou čerstvé sendviče, pannini nebo hotdogy. „Celkově vnímáme jednoznačný

**„Vsadte na osvědčenou jednoduchost.“**



Jestli chcete začít s gastro nabídkou na čerpací stanici, soustřeďte se na Paretovo pravidlo 80 : 20. Nabídněte zákazníkům dobrou kávu a pro začátek párek v rohlíku, který je osvědčený. Nejjednodušší cesty jsou většinou ty správné. Budujte svou gastronomii pomalu a v klidu a sledujte reakce svých zákazníků.

**Jan Semotán,**  
head of retail,  
MOL Česká republika

Jitka Hemolová, [jitka.hemolova@atoz.cz](mailto:jitka.hemolova@atoz.cz)

trend odklonu od chlazeného, studeného a baleného k sortimentu, který je teplý, čerstvý a dá se jednoduše konzumovat.“ A to je právě případ tolik oblíbených hotdogů, u kterých MOL eviduje meziroční růst ve dvouciferných číslech.

### Technologie jsou prostě nutností

„Čerpací stanice je retail jako každý jiný. Chcete, aby se zákazník vracel, a k tomu gastro výrazně pomáhá,“ uvádí Petr Bumbala, director of customer experience společnosti Unox Distribution. Upozorňuje, že chování zákazníků se dramaticky mění a že i malé čerpací stanice mohou díky dostupným technologiím nabídnout občerstvení, za kterým se budou zákazníci rádi vracet. „Dnes existují technologie, které jsou jednoduché a nenáročné na provoz. Pak už jen záleží na lokalitě čerpací stanice a na tom, jak dobře znáte svého zákazníka,“ vysvětluje.

Na počátku tedy stojí podnikatelská rozvaha, ve které si každý provozovatel musí poctivě odpovědět na jednoduché, ale zásadní otázky. Kolik aut průměrně u čerpací stanice zastaví? V jaké čase jezdí a co nakupují? Na jak velké ploše se dá gastro budovat? Jaká je představa o tom, jak to celé bude fungovat? „I na malých čerpačkách se zastavují zákazníci, gastro nemusí fungovat jen na dálnici,“ vzkazuje Petr Bumbala. A podotýká: „Dnes už si málokdo chystá doma snídani a svačiny, naprostá většina řidičů hledá ráno příležitost, kde se najíst. Zkuste jim nabídnout snídani, stačí jen káva a sladké pečivo, to vám nezabere téměř žádný prostor a čas.“ V praxi to funguje velmi dobře. Zákazníci jsou podle něj ochotni za snídani utratit zhruba 120 až 150 korun. A to je částka, za kterou se dá vymyslet i slušná slaná teplá snídaně – vajíčka, slaný muffin, džus a káva. „Určitě musíte mít možnost zákazníkům jídlo zabalit s sebou. Dnes nepotřebujete



moc technologií, ani know-how, nepotřebujete zbytečné složitosti. Už zhruba 0,6 metrů čtverečních vám může slušně vydělat," deklaruje Petr Bumbala.

## Restaurace čeká ostrá konkurence

V zahraničí je to poměrně běžné, u nás je ale představa rodinného oběda či večere na čerpací stanici stále ještě běžné praxi vzdálená. „V zahraničí lidé vědí, že benzinky nabízejí opravdu čerstvé jídlo za rozumné ceny a pro každodenní stravování je přirozeně volí," upozorňuje na odlišnosti zahraničních trhů Stanislav Zukal. Je přesvědčen, že právě čerstvost a také příznivější cena, než je v restauracích, bude hrát do budoucna stále větší a větší roli ve prospěch tuzemských čerpaček. Díky nejširší síti čerpacích stanic má společnost Orlen Benzina pravidelný přísun dat, analyzuje trendy a definuje tak jednotlivé segmenty a cílení na zákazníky.

„Restaurace nikdy neviděly v čerpačkách konkurenci. To se ale radikálně mění," je přesvědčen Stanislav Zukal. Čerpací stanice Orlen Benzina podle něj mají řadu věcí, které restaurace nenabízí – výborné technologie pro rychlou přípravu jídel, velmi rozmanitou nabídku pro milovníky masa i vegetariány a vegany a příznivější ceny. A jak zdůrazňuje, na rozdíl od restaurací nabízí řada čerpacích stanic služby pro zákazníky navíc ještě nonstop: „Zákazníci už dnes vědí, že ať se staví na čerpačce v kteroukoli denní či noční dobu, vždy si tam dají dobrou kávu. A nejen to. A to je velmi silný argument."



## „Gastronomie vás odliší od konkurence.“

Pro úspěšnou gastro nabídku musíte mít dobré a čerstvé suroviny, dobré a rychlé technologie a také perfektně proškolený personál. Bez něj to nejde. Dobrá gastronomie vás může odlišit od konkurence, protože čerpací stanice už dávno nejsou jen o palivu. Čokoláda ze shopu je všude stejná a ještě jsem nikoho neviděl ochutnávat palivo. Ale jídlo u nás ochutná každý. Když lidé vidí, že to dokážete, budou se vracet.

Stanislav Zukal, specialista pro gastronomii, Orlen Benzina

## Ke kávě patří párek v rohlíku

I Jan Semotán potvrzuje, že občerstvení a především káva je dnes v nabídce čerpací stanice už neodmyslitelná. „A ačkoli se na první dobrou může zdát, že párek a káva k sobě logicky tak nějak nepatří, čísla říkají něco jiného," upozorňuje. A doporučuje se zaměřit především na čísla: „Ve veřejném prostoru lidé často říkají, že by rádi jedli převážně zdravě, ale když se podíváte na prodejní čísla, je to jinak. A to může být past. Nemůžete se řídit pocity a emocemi z veřejného prostoru, musíte se rozhodovat na základě čísel." A ta říkají, že káva s párkem k sobě prostě patří a funguje to univerzálně napříč celou republikou.

Zákazníci také rádi experimentují a u hotdogů si potrpí na obměny v podobě zajímavých příchutí či netradičních omáček. „Vždy, když nastartujeme období s novou klobásou, tak do 14 dnů okupuje TOP 3 nejprodávanějších produktů z portfolia,"

prozrazuje Jan Semotán. Český zákazník se podle jeho zkušeností v gastru rozhodně nebojí ochutnávat, zvláště když jde o maso. Z pohledu prodeje hotdogů tak Češi asi jen tak národem vegetariánů nebudou.

## Všechno chce svůj čas

Jak MOL, tak i Orlen Benzina svým zákazníkům nabízí už zmiňovaná vegetariánská či veganská jídla, protože pokud chtějí mít nabídku opravdu pro všechny, tento výběr nesmí chybět. Zájem o ně pozvolna roste, v celkovém objemu však vítězí česká, případně mezinárodní klasika a stále je tu zákazník, který na cestách ocení poctivou českou hotovku v podobě svíčkové se šesti. „Lidé mají jednoduše rádi svíčkovou. Kdysi vyhrála jako nejlepší jídlo české kuchyně, a byla by hloupost jím ji nenabídnout. Chtěli bychom ale zákazníky naučit jíst lépe a zdravěji, takže nabízáme zdravější a lehčí varianty," informuje Stanislav Zukal.



# ABY VÁŠ BYZNYS NEBYL JAKO NA HORSKÉ DRÁZE



Stále jde o hru s čísly, odhad očekávání zákazníků a testování různých druhů jídel. „Někdy to chce čas. Zákazníci třeba vnímají, že nabízíte nějaké jídlo, ještě vám ale nevěří natolik, aby si ho opravdu na čerpačce dali. Ale ta doba jednou přijde,“ je přesvědčen Stanislav Zukal. A dodává, že ačkoli ještě někomu stále může znít poněkud exoticky nápad zajet si na čerpačku na oběd, počet zákazníků, kteří už na benzinky na obědy běžně jezdí, roste a poroste.

## Renesance nebaleného jídla pokračuje

Zatímco se v době pandemie dařilo krabičkovým jídlům a baleným bagetám, aktuální trendy balenému nepřejí. „Dnes je situace taková, že to, co je balené, chlazené a studené, zákazník spíš nechce. Samozřejmě se dál prodávají balené bagety, ale určitě se jim už nedaří tak, jako v covidu,“ popisuje Jan Semotán. Zákazníci podle něho daleko raději sáhnou po čerstvé bagetě vyráběné přímo na servisní stanici. „Chtěli jsme i tyhle bagety zabalit, ale zákazníci nám jasně řekli, že ne. Očekávají od nás čerstvost a balené bagety jako čerstvé nevnímají,“ konstatuje. V MOLu se neustále testuje, čím se zákazníkům nejlépe trefit do chuti. Aktuálně je to třeba širší nabídka chlazeného jídla, ať už české klasiky, ale i té mezinárodní. A při dobré cenové relaci se jim poměrně dobře daří.

## Čerstvost musí být autentická

Orlen Benzina rozvíjí pod taktovkou Stanislava Zukala nejnáročnější a nejvyšší koncept gastronomie, jídla servírovaná na talíř. Zásadní je hlavně dobrá čerstvá surovina, dobrá a rychlá technologie a perfektně vytrénovaný personál. Kam ještě se může gastronomie na čerpací stanici posunout?

„Do budoucna bude vidět práce všech lidí, kteří se na přípravě jídla podílí, aby zákazníci vnímali, že mají opravdu čerstvé jídlo, a viděli za nimi práci lidí i špičkové technologie,“ vysvětluje koncept. A jak upřesňuje, chce nechat zákazníky doslova nakouknout pod pokličku a otevřít prostor, kde se jídlo vyrábí: „Nemůžeme říkat, že máme skvělé a čerstvé jídlo, když ho zákazníci nevidí. To je, jako když máte Mercedes, zavřete ho do garáže a říkáte, že máte Mercedes.“ Lidé vám to mohou, ale také nemusí věřit.

**„Kde není nabídka, není prodej.“**



Vybírejte produkty, které jsou jednoduché na přípravu a neztratíte s nimi příliš mnoho času. Po dodavateli čtějte nejen špičkovou technologii, ale také její servis. Nesmí chybět proškolení zaměstnanců. Ty pak motivujte k aktivnímu prodeji, protože kde není nabídka, není prodej.

**Petr Bumbala,**  
director of customer  
experience, Unox Distribution  
Czech Republic

## Určete si standardy a držte se jich

Základem úspěšného provozování gastronomie na čerpací stanici je stanovení standardů, tedy co chcete nabízet, v jaké kvalitě a jak bude jídlo vypadat. „Chyba je, když si je nestanovíte, a chyba je, když si je stanovíte a pak je nedodržíte,“ upozorňuje na častou chybu začátečníků Petr Bum-

bala. A dále komentuje: „Neznamená to, že nikdy nezkusíte něco nového, třeba sezonní nabídku.“ Základ, který nabízí a funguje, by měl ale zůstat stále stejný. Standardizace je podle něj důležitá hlavně kvůli zákaznické zkušenosti: „Jde o to, abyste zákazníkům nenabídli třeba housku se studenou sekanou, protože jste udělali chybu v postupu.“ Zákazník se už znovu nevrátí.

## Za vším hledej člověka

Váš úspěch na konci dne nejméně závisí na personálu, který bude zákazníkům občerstvení aktivně nabízet. „Pokud nemáte lidi, kteří jej aktivně nabídnou, nebude to fungovat. Tohle totiž dělá rozdíl mezi úspěšným a neúspěšným byznysem. Tam, kde funguje aktivní nabídka, jsou čísla diametrálně odlišná od stanic, kde aktivní prodej nefunguje,“ shrnuje Jan Semotán.

„Snažte se, aby vaše lidi gastronomie aspoň trochu bavila. Aby věděli, co přesně mají dělat, jak obsluhovat technologie a jak pracovat se zákazníky. Protože v každém jídle, které zákazník dostává, jsou emoce toho, kdo ho připravil,“ uzavírá Stanislav Zukal.

INZERCE

**ETL GLOBAL**

## Vaše čerpací stanice v číslech

Účetní data zpracujeme do užitečných analýz a rozborů pro váš efektivnější provoz

**KODAP**  
www.kodap.cz

**eurodata**  
www.edtas.cz





## Samoška a restaurace: JE ČÍM ZAUJMOUT

**I letošní kongres Čerpačka přinesl pohled na dvě čerpací stanice formou videoreportáží. Jejich protagonisté přijali pozvánku, aby se zúčastnili diskuse a účastníkům prozradili i další zajímavosti z jejich byznysu. Možnost nahlédnout pod pokličku těm, kterým se na trhu daří, patří v rámci programu mezi nejoblíbenější prezentace.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Pozvání účinkovat v příbězích úspěšných čerpaček tentokrát přijali zástupci nezávislé čerpací stanice a té, která patří do středně velké sítě. Obě však spojuje jedno, jsou součástí rodinného byznysu.

### Součástí je i nekonvenční samoobsluha

Čerpací stanici Šafránka v Rudné u Prahy provozují manželé Kvapilovi. Otevřena byla v roce 1997 rodiči spolumajitelky Kateřiny Kvapilové, která pokračuje v tradici rodinného podniku. Má svůj vlastní malý samoobslužný obchůdek s nezbytnými produkty. A kdo by měl zájem o další, hned vedle se nachází poměrně velká prodejna. Součástí čerpačky je automatická mycí linka, mycí boxy a další potřebné běžné záležitosti. „Naší konkurenční výhodou je bezkontaktní automatická mycí linka, která neustále prochází inovacemi. V provo-

zu máme již několikátou generaci tohoto pomocníka motoristů,“ vysvětluje Kateřina Kvapilová. Na benzince prodávají běžná standardní paliva, nechybí CNG, v prodejně je k dispozici čerstvá káva, přičemž největší prodeje se odehrávají u tabákových a nealkoholických výrobků. Součástí prodejny jsou rovněž nezbytné autodoplňky, jako například oleje, maziva, autokosmetika či provozní kapaliny.

Obchůdek o velikosti zhruba 70 m<sup>2</sup> i se zázemím je sice malý, ale velkou konkurenční výhodou Šafránky je samoobslužná prodejna s plochou 200 m<sup>2</sup>. Spolumajitelka ji ráda nazývá nekonvenční samoškou. „Prodejnu potravin jsme otevřeli v roce 2014 a práce v ní mě velmi baví. Obsahuje široký sortiment farmářských výrobků, pečivo od místních pekařů, biopotravinu, a kromě toho i ekologickou a stáčenou drogerii. Nechybí ani krmivo pro psy, a jsme pyšní i na naši pěknou kavárnu, jejíž součástí je dětský koutek. A zároveň máme i vlastní cukrářskou výrobu,“ dodává.

### Stanice prošla několika inovacemi

Většinu zákazníků čerpačky tvoří ti stálí. Kromě řidičů do samošky přicházejí lidé nakupující běžné čerstvé potraviny, nebo si jen dát dobrou kávu. Součástí zázemí je i nabíječka pro elektroauta. Další konkurenční výhodou představuje nepřetržitý provoz stanice, přičemž prodejna potravin je otevřena dvanáct hodin denně. Na chodu stanice se podílí osm pokladních a dva údržbáři. Samotnou samošku obsluhuje deset zaměstnanců. „Současná ekonomická situace není lehká asi pro nikoho, ale naše čerpací stanice funguje stále dobře. Zákazníci jsou zvyklí i na naše dorty, z čehož máme obrovskou radost, protože nikdo ze zaměstnanců v tomto oboru není přímo vyučen,“ sděluje Kateřina Kvapilová. Jde tedy o domácí pečení a zákazník se může na místě domluvit na jakémkoliv provedení. Často tak připravují i cukrovinky pro různé typy oslav či svatební hostiny.

# INDIKAČNÍ A MONITOROVACÍ SYSTÉM ČERPAČÍCH STANIC

Monti Controller je indikační systém hlídání úniku nebezpečných látek na čerpací stanici.



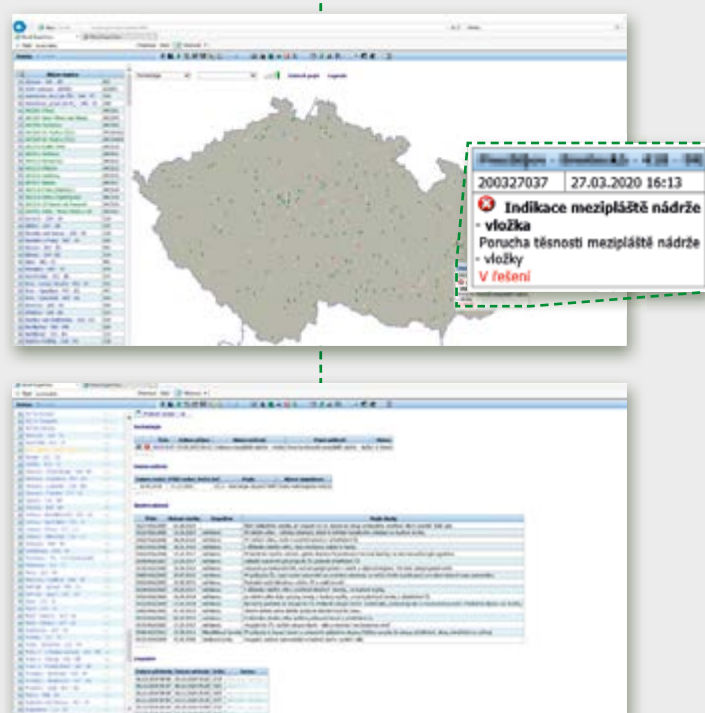
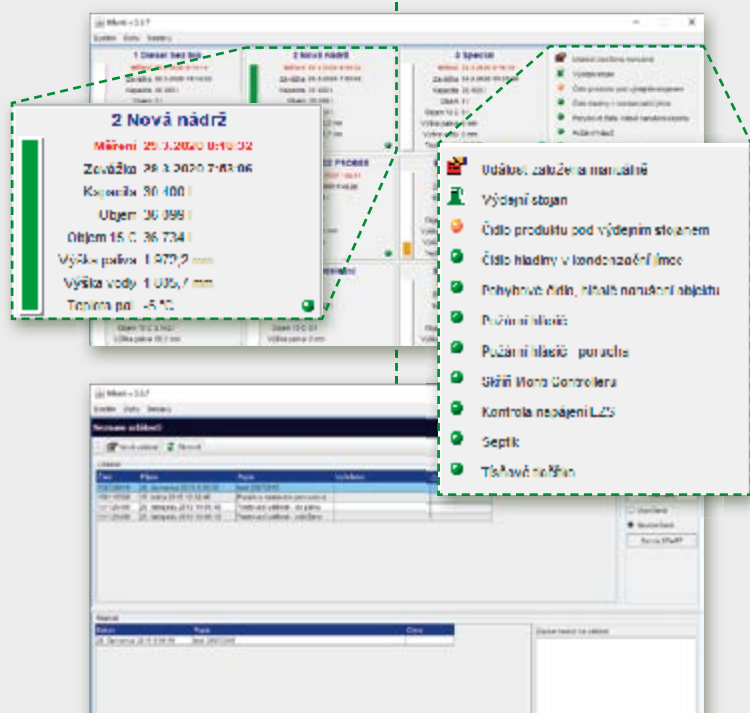
## MONTI CONTROLLER

Skládá se z řídicí jednotky a elektronických čidel detekujících přítomnost kapaliny, vysokou koncentraci par nebo dosažení kritické hladiny produktu nebo úkapu.

Tím však jeho možnosti nekončí. Současně se dá využít i pro monitorování stavu jakýchkoli dalších elektronických klasických či bezdrátových čidel, ale také k napojení složitých elektronických zařízení. V tom případě umožňuje sloučit několik vzájemně oddělených systémů do jednoho společného rozhraní s možností monitoringu a ovládání přes jednu dispečerskou aplikaci. Slouží k automatizaci provozu, jednotnému vzdálenému řízení, predikci poruch a podobně. Možno použít u obdobných technologických celků (stanice PHM, CNG, LNG, automatické myčky a další). **Ideální pro zabezpečení bezobslužného provozu čerpacích stanic.**

### MONTI STANICE

### MONTI CONTROL



Ani kapka nazmar

Český výrobek | [www.monti.cz](http://www.monti.cz)



„Manželka se zhlédla v samošce a na mně zbývá zajištění provozu čerpací stanice, zahrnující objednávání zboží a jeho naskladnění. Zpestřením je pro mě starost o technologii, k čemuž mám blízko, a tak si to vše dělám hezké,“ prozrazuje Alexandr Kvapil. Měl z počátku obavy, zda ho tato pracovní náplň bude bavit, ale postupem času zjistil, že ho baví, a to už 13 let. Během této doby stanice prošla několika inovacemi. A to nejen co se týká technologií, ale rovněž sortimentu nabízených služeb, kdy například přidali nejen vysavač, ale i pračku koberců a podobně. Je to také proto, že zákazníci vyžadují jistou míru kvality a rozsahu nabízených služeb. Aktuálně to však už bude těžší, protože majitelé se dostávají na hranice pozemku, na kterém čerpačka stojí.



Kateřina Kvapilová



Alexandr Kvapil



Tomáš Veverka

## Přidanou hodnotu najdete ve stylové restauraci

Druhým příběhem, jak správně dělat čerpací stanici, se stalo zdánlivě nečekané spojení petrolejářského byznysu a farmářství. Právě to stojí za úspěchem čerpací stanice Eurobit v Hradci Králové se stylovou americkou restaurací EB Diners. „Tuto provozovnu, která je součástí naší sítě čerpacích stanic, jsme otevřeli na konci roku 2018. Vedle čerpací stanice se nachází dceřiná restaurace. Každá z provozoven má 100 metrů čtverečních, dalších 80 metrů čtverečních tvoří zázemí,“ odhaluje Tomáš Veverka, ředitel společnosti Eurobit – čerpací stanice.

## Velkou konkurenční výhodou je nepřetržitý provoz stanice.

Protože se pumpa nachází blízko dálnice D11, jsou klasickými zákazníky nejen běžní řidiči, ale i ti kamionová, kteří tvoří přibližně 80 % klientely. Z pohonných hmot je k dispozici jak motorová nafta, tak i benzin a Ad Blue. V obchodě je možné nakoupit kromě jiného i čerstvé potraviny, jako jsou papriky, brambory, ovoce, dále italské těstoviny či vybraná vína, ale i americké a mexické limonády. Pyšní jsou na nabídku hovězích mas,

opět z dceřiné společnosti nacházející se v Železných horách, ze kterých v sousední restauraci vaří skvělé pokrmy, jako jsou hamburgery či steaky.

Součástí prodejny čerpací stanice je i bistro, ve kterém se vyrábí čerstvé bagety a různé sendviče. Nechybí ani možnost připravit si kávu. Mezi doplňkové služby patří výdejna zásilek či aplikace UniPay, díky které lze čerpat určité výhody, ať už to jsou okamžité slevy na nákup pohonných hmot, nebo různé věrnostní akce. „Restaurace EB Diners je stylizovaná do amerických dinerů 50. let minulého století, a to na základě již jinde fungujících restaurací či různých dostupných informací z filmů. Jde o naši přidanou hodnotu, protože zákazníci se k nám vracejí nejen pro pohonné hmoty, ale právě i kvůli naší restauraci, kde se dobře vaří a mají možnost si vychutnat jedinečný gastro zážitek,“ pochvaluje si Tomáš Veverka.

## Sortiment pro grilování? Stačí říct

Čerpací stanici obsluhuje sedm zaměstnanců, z čehož čtyři se starají o zákazníky nakupující pohonné hmoty, dva obsluhují bistro a na vše dohlíží její vedoucí. V dobách vládních koronavirových restrikcí obě provozovny fungovaly, jak jen to bylo možné. Restaurace musela být řadu týdnů uzavřena, nebo fungovala jen přes výdejní okénko, ale čerpačka jela dále. „Jako každého, i nás se týká energetická krize. Proto jsme si nechali vypracovat studii instalace fotovoltaické elektrárny, kterou bychom případně umístili na naše čerpací stanice. Sledujeme také problematiku alterna-

tivních paliv a snažíme se na ni postupně připravit. Nicméně jsme optimisté a pevně věříme, že Evropská unie svůj přístup přehodnotí,“ uvádí Tomáš Veverka.

Protože se grilovací sezona rok od roku prodlužuje, je výhodou čerpací stanice Eurobit zmiňované hovězí maso. To zpracovávají v restauraci, kde z něj připravují nejen pokrmy, ale rovněž ho balí a prodávají v syrovém stavu v prodejně. Řidiči tak mají možnost si při natankování zakoupit i kvalitní české hovězí maso, stejně jako další věci spojené s grilováním. Velmi dobře se daří také kávě, protože zákazníci jsou na ni zvyklí. „V obchodě na čerpačce jsme úmyslně nevybudovali kávový koutek, protože jsme chtěli zákazníky přesunout do naší restaurace vedle, kde by si vychutnali nejen ji. A tato synergie se nám ukázala jako úspěšná,“ zmiňuje Tomáš Veverka. Samotná restaurace navíc slouží nejen k různým oslavám, ale i jako kulisy pro seriály či různá videa.

## Zhlédněte obě videoreportáže

Šafránka v Rudné u Prahy:



Eurobit v Hradci Králové:



# ZAPIŠTE SI DO DIÁŘE TERMÍNY NAŠICH AKCÍ NA SEZONU 2023/2024!

## 2023

**09.**  
.....  
listopad

Praha  
galavečer  
**Důvěryhodné  
značky**



**23.-24.**  
.....  
listopad

Bratislava  
**Slovlog**



**30.**  
.....  
listopad


Bratislava  
galavečer  
**Dôveryhodné  
značky**



## 2024


**30.-31.**  
.....  
leden

Olomouc  
**Samoška CZ**



**20.-21.**  
.....  
březen

Košice  
**Samoška SK**



**11.**  
.....  
duben

Praha  
**Pharma  
Profit**



**25.**  
.....  
duben

Praha  
**Czech & Slovak  
Sustainability  
Summit**



**16.**  
.....  
květen

Bratislava  
galavečer  
**Volba  
spotřebitelův**



**30.-31.**  
.....  
květen

Praha  
**Eastlog**



**13.**  
.....  
červen

Praha  
galavečer  
**Volba  
spotřebitelů**




**26.**  
.....  
září

Praha  
**Čerpačka**



**10.**  
.....  
říjen

Olomouc  
**Pharma  
Profit**



**17.-18.**  
.....  
říjen

Praha  
**Obalko**






# S námi dosáhnete cíle!

**EDI komunikace, e-fakturace, e-archivace  
a mnoho dalšího pro váš business  
FMCG a čerpací stanice, Automotive, Logistika, HORECA, ...**

## **Klíčová je digitalizace!**

- snížení provozních nákladů díky automatizovanému zpracování dokladů
- plná náhrada papírových dokumentů jejich elektronickou podobou
- výrazné zkrácení dodacích lhůt v rámci procesů supply chain
- jednoduché nasazení v oblasti B2B díky obecným standardům
- efektivní, dostupná a ekologická komunikace s obchodními partnery



**obchod@editel.cz**

**www|**



**editel.cz**